



PROJETO SERT / DIEESE

PROJETO SERT / DIEESE



**PESQUISA COM OS CLIENTES DO
BANCO DO POVO NO ESTADO DE
SÃO PAULO**

RELATÓRIO FINAL



Dezembro de 2.000

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	02
1. OBJETIVOS DA PESQUISA.....	04
2. O CADASTRO	04
3. A AMOSTRA.....	05
4. O LEVANTAMENTO DOS DADOS	06
5. PROCESSAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS	08
CAPÍTULO I - PERFIL DOS CLIENTES DO BANCO DO POVO.....	11
CAPÍTULO II – CONDIÇÕES DE VIDA E PARTICIPAÇÃO.....	17
CAPÍTULO III – INSERÇÃO DOS CLIENTES DO BANCO DO POVO NO MERCADO DE TRABALHO.....	22
CAPÍTULO IV – PERFIL DOS EMPREENDIMENTOS.....	34
1. CARACTERÍSTICAS BÁSICAS.....	34
2. EQUIPAMENTOS, MATÉRIAS-PRIMAS E CLIENTELA.....	44
3. MOVIMENTO FINANCEIRO.....	48
4. DIFICULDADES E PERSPECTIVAS.....	52
CAPÍTULO V – RELACIONAMENTO E AVALIAÇÃO DO BANCO DO POVO.....	57
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	65

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa insere-se no conjunto de trabalhos que o DIEESE vem desenvolvendo no âmbito do *Projeto de Acompanhamento dos Programas de Emprego e Renda*, firmado com a SERT em julho de 2000.

O programa público pesquisado é o *Banco do Povo* (BP), criado pela SERT em setembro de 1998 como uma alternativa de crédito para empreendedores de pequenos e micro negócios: *“os micros e pequenos empreendedores, formais e informais têm dificuldade para obter crédito para capital de giro ou para investimentos fixos. Isso porque os bancos tradicionais solicitam muitas garantias reais e levam muito tempo para avaliar e liberar o dinheiro ao cliente. Para facilitar o acesso dos empreendedores de pequenos negócios ao crédito, o Governo do Estado de São Paulo criou o Banco do Povo, que vai funcionar em parceria com as Prefeituras Municipais. O Banco do Povo atua através dos **Agentes de Crédito** que coletam informações sobre os clientes e suas necessidades e encaminham suas solicitações de financiamento para um **Comitê de Crédito Municipal**. Cabe ao Comitê julgar as solicitações segundo critérios técnicos.”* (SERT, agosto de 2000 – p.2) Uma vez aprovada a solicitação de crédito, *“a agência da **Nossa Caixa Nosso Banco** do município irá processar o contrato. O agente de crédito comunicará sobre a data para assinatura do contrato e formalização das garantias na agência da **Nossa Caixa Nosso Banco**.”* (SERT, agosto de 2000 – p. 4)

Ainda segundo as informações contidas no folder da SERT (citado acima), são as seguintes as características do Programa:

- **Público alvo:**
 - ✓ Pessoas jurídicas e físicas (exceto funcionários públicos) que trabalhem por conta própria ou tenham negócio que contribua para a renda familiar e que tenham baixa renda.
 - ✓ Cooperativas ou outras formas de associação que sejam legalmente constituídas e associem o trabalho à gestão do empreendimento.

- **Exigências para a concessão do crédito:**
 - ✓ Estar produzindo, no município, há mais de seis meses, no setor formal ou informal.
 - ✓ Residir há mais de dois anos no município e ter endereço fixo.
 - ✓ Não ter restrições no Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) ou no SERASA; inclusive o cônjuge.
 - ✓ Ter ganho bruto menor que R\$ 87.300 no ano anterior ao pedido do financiamento.

- **Tipos de financiamento:**
 - ✓ Capital de Giro
 - ✓ Investimento Fixo

- **Prazos de financiamento:**
 - ✓ Para Capital de Giro: 1 a 6 meses com prestações mensais fixas.
 - ✓ Para Investimento Fixo: 1 a 18 meses com prestações mensais fixas.

- **Valores do financiamento:**
 - ✓ Pessoa física ou jurídica: de R\$ 200 a R\$ 5.000
 - ✓ Cooperativas e associações: de R\$ 200 a R\$ 25.000.

- **Garantias exigidas:**
 - ✓ Avalista.
 - ✓ Garantias reais: alienação fiduciária de 100% dos bens financiados e outras que o Comitê de Crédito Municipal julgue necessárias.

- **Encargos do financiamento:** Juros de 1,0% ao mês, pré-fixados e cobrados mensalmente sobre o saldo devedor.

Segundo o Relatório de Desempenho do Banco do Povo de 30 de setembro de 2000, nessa data o Programa encontrava-se implantado em 75 municípios do Estado de São Paulo, nos quais atua com 178 agentes de crédito, tendo firmado, desde o início, um total acumulado de 5.129 contratos no valor total de R\$ 11.2 milhões. *“No município de São Paulo, o Banco do Povo começa a atuar, através de um projeto piloto, em*

parceria com o Programa de Auto-Emprego – PAE. Os participantes do PAE terão acesso a financiamentos para início ou expansão de seus empreendimentos. O limite de crédito varia de R\$ 200 a R\$ 1.600 e o prazo de pagamento é de 18 meses para máquinas e equipamentos e de 6 meses para capital de giro. E o mais importante, a taxa de juros continua sendo de 1% ao mês.” (SERT, Integração, 15 a 21 de setembro de 2000)

1. Objetivos da Pesquisa

Os objetivos específicos da presente pesquisa foram:

- o levantamento dos perfis dos clientes do Banco do Povo e dos empreendimentos que propiciaram a concessão do crédito;
- a utilização do crédito obtido e seu impacto no empreendimento;
- a avaliação dos clientes sobre o seu relacionamento com o Banco do Povo e sobre as condições atuais de concessão dos financiamentos.

2. Cadastro

O cadastro fornecido pelo Banco do Povo continha informações sobre os 5.439 contratos firmados até 30 de outubro. A pedido da SERT, foram excluídos os municípios onde o Programa havia sido implantado muito recentemente (a partir de final de julho de 2000): Agudos, Araras, Artur Nogueira, Botucatu, Capivari, Cosmópolis, Guará, Ilha Comprida, Jardinópolis, Jaú, Moji-Mirim, Pontal, Ribeirão Preto e Valinhos.

O cadastro fornecido para cálculo da amostra continha as seguintes informações de cada cliente respeitado o sigilo bancário exigido pelas características do Programa: data do contrato; nome e sexo do cliente; município; ramo de atividades (comércio, indústria e serviços); segmento do mercado (formal e informal); pessoa para contato.

Como o cadastro não continha os endereços dos clientes foi necessário cumprir uma etapa intermediária de contato com os agentes de crédito dos municípios selecionados para a pesquisa para que fosse possível completar as informações. Cumprida esta etapa, o cadastro mostrou-se bastante atualizado e, na maioria dos casos, permitiu o acesso dos entrevistadores aos clientes sem maiores problemas.

3. A amostra

Como as pessoas diferem de várias formas, cada população humana é composta de indivíduos variados. Na realização de uma pesquisa, o ideal seria que todos os indivíduos dessa população fossem pesquisados. Infelizmente, na maioria das vezes, essa alternativa não é possível, já que os custos e o tempo necessários para tal normalmente são altos e longos. O processo de amostragem é o instrumento que viabiliza a realização de uma pesquisa de forma barata e rápida, mas que permita a generalização da informação da amostra para a população total da qual foi tirada. Uma amostra de indivíduos de uma população deve conter essencialmente a mesma variação existente na população, para permitir descrições úteis dela. A amostragem probabilística é um método eficiente para extrair uma amostra que reflita corretamente a variação existente na população como um todo.

Na presente pesquisa, devido à existência de um cadastro atualizado e correto, foi possível a realização de cálculos probabilísticos de amostragem que fornecem métodos para um melhor controle dos erros amostrais. Tendo como princípio básico a seleção aleatória das unidades pesquisadas, a amostragem probabilística garante a ausência de vieses conscientes e inconscientes dos pesquisadores e permite estimativas sobre parâmetros populacionais e de erro.

Como já foi dito, a existência de um bom cadastro permitiu a opção por uma amostra probabilística que tomou os clientes do Banco do Povo como unidade principal de análise e o Número de Beneficiários como variável que forneceria as estatísticas da média e da variância da população. Em seguida, foi realizado um processo de estratificação da amostra em dois níveis de investigação : Ramo de Atividade (Comércio, Indústria e Serviços) e Segmentos da Economia (Formal e Informal). Finalmente, dentro destes estratos realizou-se um sorteio de seleção aleatório das unidades a serem pesquisadas.

A estatística da média aponta qual é a tendência de uma população e a da variância demonstra quão heterogênea é essa população. Tome-se como exemplo uma população de 10 pessoas todas elas com a mesma idade, 25 anos, a média das idades é 25 anos e a variância é zero. Se desejássemos tirar uma amostra que representasse essa população hipotética, bastaria entrevistar uma única pessoa para se conseguir estimativas

Pesquisa com os clientes do Banco do Povo

seguras dessa população. Infelizmente, no mundo real, as populações são muito heterogêneas. As técnicas de amostragem probabilística permitem determinar qual o tamanho da amostra necessária para se obter estimativas precisas para a população e controlar as margens de erro. O processo de estratificação nada mais é do que dividir a população em subgrupos homogêneos, garantindo a representação adequada das variáveis de estratificação para aumentar a representação de outras variáveis relacionadas a elas.

Trabalhando com uma margem de acerto de 95%, as estatísticas obtidas para a população são :

RAMO	SEGMENTO	POPULAÇÃO	MÉDIA DA POPULAÇÃO	VARIÂNCIA DA POPULAÇÃO	AMOSTRA	PESO DE EXPANSÃO DA AMOSTRA
COMÉRCIO	FORMAL	1149	3.96	6.92	12	95.75
	INFORMAL	1681	3.75	5.97	16	105.06
INDÚSTRIA	FORMAL	160	4.23	3.58	10	16.00
	INFORMAL	391	4.02	12.28	22	17.77
SERVIÇOS	FORMAL	360	4.86	44.53	33	10.91
	INFORMAL	1698	3.89	16.89	39	43.54
TOTAL		5439	4.06	21.84	132	-

E as estatísticas observadas na pesquisa são :

Segmentos Ramo	Cadastro (%)	Amostra sorteada (%)	Amostra pesquisada (%)	Pesquisa (%)
Formal	30,7	60,8	64,1	30,7
Informal	69,3	39,2	35,9	69,3
Comércio	52,0	13,2	13,6	52,0
Indústria	10,1	17,8	18,2	10,1
Serviços	37,8	69,1	68,2	37,8

Devemos lembrar de que os resultados desejados são aqueles estimados para a população como um todo, e não somente os valores da amostra. Para isso devemos aplicar um peso de expansão da amostra que tem basicamente as funções de corrigir as diferenças nas proporções causadas pela seleção da amostra e garantir a representação adequada das estatísticas para a população.

O cálculo amostral resultou na seleção de 152 clientes do Banco do Povo em 41 municípios.

6. O levantamento dos dados

Para a pesquisa, foi especialmente construído um questionário (**ver Anexo 1**), centrado no cliente do Banco do Povo, com uma parte destinada ao empreendimento. Para fins comparativos, tomou-se como base o questionário utilizado na pesquisa com empreendimentos do PAE.

A realização da pesquisa havia sido divulgada pela SERT junto aos Bancos do Povo municipais, visando à sua viabilização e à boa recepção do supervisor de campo e dos entrevistadores não só pelos clientes como pelos agentes de crédito cuja participação seria, e foi, de grande importância para a pesquisa.

É importante ressaltar que a grande maioria dos agentes de crédito e dos entrevistados (somente 4 recusas foram registradas) demonstrou muito boa vontade com a entrevista, dedicando-se com especial atenção à sua participação.

Atendendo às necessidades da pesquisa 14 pessoas (somente 13 realizaram o trabalho efetivamente), de ambos os sexos, foram selecionadas e treinadas também para exercer a função de entrevistadores¹. Para tanto, receberam capacitação específica para aplicação do questionário da presente pesquisa, que incluiu explicação detalhada de cada pergunta e dinâmicas de entrevistas simuladas. Vale ressaltar que fizeram parte dessa equipe 3 pessoas que haviam participado da pesquisa do PAE - egressas de seus cursos.

No dia 13 de novembro último, estes entrevistadores, devidamente credenciados (portavam crachás e cartas de apresentação assinadas pelos diretores do DIEESE pertinentes à atividade), iniciaram o trabalho efetivo da coleta de informações, sempre que possível agendando por telefone a data, a hora e o local para a realização da

¹ Carla Maria Ferrari Calcena, Clayton Mariano, Francisco Augusto Meirelles, Gabriel Moore Forell Bevilacqua, Iraci Souza, Juliana Ribeiro da Silva, Lucila Marques Dias Lombardi, Maria Machado da Silva, Pablo Paulino Lopes, Rafael Golin Galvão, Rafael Macedo Mantovani, Thiago da Conceição Xavier e Tiago Fontes Saboga Cardoso, tendo Fanny Moore como responsável pelo treinamento.

entrevista - muitas vezes com o auxílio dos agentes de crédito locais. Face à dispersão das entrevistas pelos municípios e destes geograficamente por todo o Estado de São Paulo e graças ao fato da maioria absoluta dos clientes dispor de um número de telefone para contato, optou-se por realizar parte das entrevistas por telefone, utilizando para isto os entrevistadores com experiência anterior neste tipo de abordagem. O encerramento da etapa de coleta, inicialmente previsto para o dia 23 de novembro, estendeu-se até o dia 28.

A pesquisa foi realizada em 36 dos 61 municípios que compunham o universo, incluindo os 3 mais antigos participantes do Programa: Presidente Prudente (23/09/98), Registro (9/10/98) e Porto Ferreira (20/11/98). Chegou-se a um total de 132 questionários preenchidos, 82% com clientes sorteados na amostra principal e 18% com clientes sorteados para a amostra de reposição, respeitando rigorosamente os estratos da amostra. Deixaram de ser realizadas 20 entrevistas basicamente por haver sido esgotado o prazo possível de coleta e os dados coletados terem sido considerados suficientes para garantir os resultados dentro das margens de erro calculadas inicialmente. O resultado final, como pretendido, permite falar do conjunto dos clientes e muitos cruzamentos por ramo e segmento do empreendimento.

Grande parte das entrevistas foi realizada nas dependências do próprio empreendimento (47%), outras nas dependências do Banco do Povo (8%), em outros locais (7%) e 38% por telefone. O tempo médio de duração das entrevistas foi de 25 minutos.

6. Processamento e análise dos dados

Todos os questionários foram supervisionados um a um e foi feita a crítica de consistência do seu preenchimento, revelando muito boa qualidade neste processo.

Todos os dados dos questionários aplicados encontram-se digitados e foram processados em *Statistical Package for Social Science* (SPSS), possibilitando a obtenção rápida de listagens de frequências, cruzamentos entre variáveis e elaboração de gráficos. A partir das conclusões contidas neste relatório (que, de forma alguma, pretende esgotar as possibilidades de análise dos dados), novos planos de análise sobre alguns aspectos específicos ou que envolvam comparações com outras pesquisas também podem ser desenvolvidos com relativa facilidade.

No presente relatório os resultados são apresentados para a totalidade dos clientes do Banco do Povo e, sempre que possível ou desejável, cruzados por ramo e segmento do empreendimento, respeitados os limites da representatividade estatística.

Este **Relatório Final**, ao mesmo tempo em que constitui um todo, está organizado por temas de forma a permitir leitura em separado de seus capítulos.

O Capítulo I, intitulado “Perfil dos clientes do Banco do Povo”, caracteriza-os no que tange a: sexo, idade, cor, naturalidade, religião, estado conjugal, posição na família, filhos (número, idade e frequência à escola), nível de escolaridade e retirada média mensal, área geográfica, ramo e segmento do empreendimento.

O Capítulo II, denominado “Condições de vida e participação”, fornece informações sobre os tipos de bens existentes nos domicílios dos clientes do Banco do Povo, suas atividades de lazer e seu nível de participação nas entidades associativas da localidade.

O Capítulo III, denominado “Inserção dos Responsáveis no Mercado de Trabalho”, trata de levantar alguns elementos sobre os entrevistados a partir de sua inserção no mercado de trabalho antes de dedicar-se ao atual empreendimento: tinham uma ocupação ou encontravam-se desempregados. Investiga também mais detalhadamente os que têm uma ocupação concomitante ao empreendimento e aqueles que já tiveram algum outro negócio antes do atual. Para cada situação são vistos os dados referentes à ocupação, ao setor de atividade, à posição na ocupação e à escolaridade. Para os que trabalham paralelamente ao atual empreendimento, são levantadas também informações relativas à remuneração obtida no mês de outubro de 2000 nesta outra ocupação. Além disto, investigam-se a existência de negócio próprio anterior (tipo, tempo de existência e motivo da extinção).

O Capítulo IV, intitulado “Perfil dos empreendimentos”, trata das seguintes variáveis relativas aos empreendimentos pesquisados: perfil do empreendimento, características básicas, como tipo do empreendimento, segmento e ramo, registro de microempresa, principal produto, local e condição de ocupação do local, valor do aluguel, tempo de existência, filiação à sindicato e sazonalidade, mão-de-obra ocupada:, sócios, membros

da família, gastos com salários e retiradas, benefícios. É também investigada a utilização de equipamentos, matérias-primas e formação de clientela. Quanto ao movimento financeiro analisa-se a receita, despesa, despesa com salários e benefícios e forma de controle das contas. Trata, finalmente das dificuldades e perspectivas: principais dificuldades, planos para o futuro, avaliação do empreendimento e o que poderia melhorar.

O capítulo V cuida do relacionamento dos clientes com o Banco do Povo e a avaliação dos serviços prestados: como tomou conhecimento do Banco; tipo de crédito que pediu e, para cada tipo, forma de utilização, valor, prazo, sucesso no pagamento, novo pedido, e por quê, efeitos no empreendimento. Quanto a avaliação, mede o grau de dificuldade para cumprir as exigências do empréstimo, prazos, limites de valores, atendimento durante o processo de concessão. Questiona, ainda, se indicaria o Banco do Povo para alguma outra pessoa.

O **Anexo 1** contém o questionário aplicado na pesquisa. O **Anexo 2** é composto pelas tabelas de frequências simples de todos os dados obtidos, inclusive com as respostas às perguntas abertas, na íntegra, caso haja interesse (e necessidade) de os leitores em consultá-las².

A todos que facilitaram de alguma maneira a realização do trabalho - na SERT, nas sedes municipais do Banco do Povo e no DIEESE – amostrista³, entrevistadores, supervisor de campo⁴, auxiliar de pesquisa⁵, digitadora⁶, revisora de texto⁷, consultor de pesquisa⁸ e apoio técnico⁹ - sinceros agradecimentos.

² Tomando-se por base as tabelas de frequências obtidas na pesquisa, o(a) leitor(a) poderá acompanhar a leitura, observando principalmente as linhas que se cruzam entre *valid* (nome da variável ou aspecto) e *valid percent* (porcentagem válida, excluídos os casos não classificados ou *missing*).

³ Luiz Marcelo Ferreira Carvano.

⁴ Dimitri Rebello.

⁵ Luisa Helena Pitanga.

⁶ Márcia Alkmim dos Reis.

⁷ Sílvia Teixeira Barroso Rebello.

⁸ Antonio Carlos Alkmim dos Reis, responsável pelo processamento dos dados e pela redação deste Relatório Final com a colaboração de Verônica Machado e Marina Sidrim Teixeira (também responsável pela coordenação da pesquisa).

⁹ Rosana de Freitas

I - PERFIL DOS CLIENTES DO BANCO DO POVO

O presente capítulo traça o perfil dos clientes do Banco do Povo acerca de sexo, idade, cor, naturalidade, religião, estado conjugal, posição na família, número de filhos, instrução, retirada média mensal no empreendimento. Estas informações são cruzadas por segmento (setor formal e informal) e ramo do empreendimento (comércio, indústria e serviços) (ver **Figuras I.1 e I.2**). Apresenta também cartograma com a distribuição dos clientes do Banco do Povo pelo seu estado de nascimento (**Figura I.3**).

No relativo à distribuição por sexo, há uma ligeira predominância de clientes do sexo masculino no setor formal (51% em contrapartida a 49% de mulheres), revertendo-se no setor informal (53% de mulheres e 47% de homens). As diferenças segundo o ramo do empreendimento mostram-se mais significativas, principalmente entre o comércio (onde as mulheres constituem a maioria com 68% e os homens com 32%) e os serviços (invertendo-se a relação, com 71% de clientes homens e 29% de mulheres). A indústria mantém uma relação de equilíbrio (53% mulheres e 47% homens).

É interessante notar que a participação total da clientela feminina (52%) superou a masculina (48%), sinalizando uma diferença que aparentemente contraria outras pesquisas sobre micro empreendimentos, como por exemplo o Censo Econômico de 1985: *“Quanto à distribuição por sexo, os dados mostram o predomínio da mão-de-obra masculina, não chegando as mulheres a alcançar 30% do pessoal ocupado em microempresas. (...) A ocupação feminina se dá, basicamente, nas chamadas atividades tradicionais como a indústria de vestuário e de produtos alimentares, o comércio varejista de tecidos, de produtos alimentares e bebidas e os serviços de alimentação, isto é, nas atividades que mais se aproximam da prática de trabalho doméstico.”* (IBGE, 1985 – p XXI). É o que ocorre no caso da presente pesquisa onde predominam as atividades relacionadas ao vestuário (confecção e comércio). Outro dado que reforça esta proposição: uma proporção maior dos empreendimentos femininos funciona no próprio domicílio do responsável (44% contra 20% para os estabelecimentos masculinos), requisito tradicionalmente valorizado pelas mulheres que assim trabalham sem perder o contato direto com o dia-a-dia-da casa.

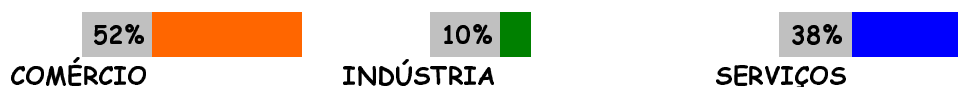
Tabela I.1 Distribuição dos clientes do Banco do Povo, Por características sociais, econômicas e demográficas segundo o segmento

		TOTAL	FORMAL		INFORMAL	
		%	%		%	
SEXO	HOMENS	48	51		47	
	MULHERES	52	49		53	
IDADE	ATÉ 35 ANOS	38	39		38	
	36 A 45 ANOS	39	32		42	
	46 ANOS E MAIS	23	29		20	
COR	BRANCA	85	85		86	
	PRETA/NEGRA	2	1		2	
	PARDA	11	13		11	
	AMARELA	1	1		0	
	INDÍGENA	1	0		1	
RELIGIÃO	CATÓLICA	77	76		78	
	EVANGÉLICA	18	15		19	
	ESPÍRITA	3	8		1	
	OUTRA	1	0		1	
	SEM RELIGIÃO	1	1		1	
ESTADO CONJUGAL	SOLTEIRO	12	10		12	
	CASADO	74	82		70	
	SEPARADO	11	8		12	
	VIÚVO	3	0		4	
POSIÇÃO NA FAMÍLIA	CHEFE	57	59		57	
	CÔNJUGE	32	31		32	
	FILHO	9	4		11	
	OUTRO	2	6		0	
NÚMERO DE FILHOS	NENHUM	16	12		18	
	1	15	18		13	
	2	30	24		33	
	3	26	32		23	
	4 E MAIS	13	14		13	
INSTRUÇÃO	1o. GRAU INCOMPLETO	25	31		22	
	1o. GRAU COMPLETO	23	27		22	
	2o. GRAU INCOMPLETO	8	5		10	
	2o. GRAU COMPLETO	28	22		31	
	SUPERIOR INCOMPLETO	8	6		9	
	SUPERIOR COMPLETO	7	8		6	
	MESTRADO	1	1		0	
RETIRADA MÉDIA MENSAL	ATÉ R\$ 500	28	24		29	
	R\$ 501 A R\$ 1000	46	52		44	
	R\$ 1001 E MAIS	26	24		27	
RAMO DO EMPREEN-DIMENTO	COMÉRCIO	52	69		45	
	INDÚSTRIA	10	9		10	
	SERVIÇOS	38	22		45	



Tabela I.2 Distribuição dos clientes do Banco do Povo, Por características sociais, econômicas e demográficas segundo o ramo do empreendimento

		TOTAL	COMÉRCIO	INDÚSTRIA	SERVIÇOS
		%	%	%	%
SEXO	HOMENS	48	32	47	71
	MULHERES	52	68	53	29
IDADE	ATÉ 35 ANOS	38	32	53	43
	36 A 45 ANOS	39	40	22	42
	46 ANOS E MAIS	23	28	25	15
COR	BRANCA	85	89	78	83
	PRETA/NEGRA	2	0	0	5
	PARDA	11	11	19	11
	AMARELA	1	0	0	1
	INDÍGENA	1	0	3	0
RELIGIÃO	CATÓLICA	77	79	65	78
	EVANGÉLICA	18	18	29	15
	ESPÍRITA	3	3	3	4
	OUTRA	1	0	3	0
	SEM RELIGIÃO	1	0	0	3
ESTADO CONJUGAL	SOLTEIRO	12	3	25	21
	CASADO	74	75	66	75
	SEPARADO	11	18	6	2
	VIÚVO	3	4	3	2
POSIÇÃO NA FAMÍLIA	CHEFE	57	57	35	63
	CÔNJUGE	32	40	37	20
	FILHO	9	0	28	16
	OUTRO	2	3	0	1
NÚMERO DE FILHOS	NENHUM	16	11	28	20
	1	15	14	16	15
	2	30	25	28	37
	3	26	32	16	20
	4 E MAIS	13	18	12	8
INSTRUÇÃO	1o. GRAU INCOMPLETO	25	32	22	16
	1o. GRAU COMPLETO	23	21	22	26
	2o. GRAU INCOMPLETO	8	7	12	8
	2o. GRAU COMPLETO	28	22	34	35
	SUPERIOR INCOMPLETO	8	11	10	5
	SUPERIOR COMPLETO	7	7	0	9
MESTRADO	1	0	0	1	
RETIRADA MÉDIA MENSAL	ATÉ R\$ 500	28	26	39	27
	R\$ 501 A R\$ 1000	46	52	32	42
	R\$ 1001 E MAIS	26	22	29	31
SEGMENTO	FORMAL	52	41	29	18
	INFORMAL	10	59	71	82



A média de idade dos clientes do Banco do Povo é de 39,3 anos, sendo maior para as mulheres (40,9) do que para os homens (37,6). Do total dos entrevistados, 77% têm idade até 45 anos. Cabe destacar que o setor da indústria é relativamente mais jovem, com 53% dos entrevistados com idade até 35 anos.

Considerando-se a autodeclaração de cor/etnia dos entrevistados, observa-se a predominância de brancos (85% do total), não existindo diferenciação significativa entre os segmentos formal e informal. O mesmo não ocorre entre os ramos de empreendimento: há uma maior proporção de brancos no comércio (89%) e nos serviços (83%), ao passo que, na indústria, este percentual é de 78%. Neste último setor para cada 4 clientes 1 se autodeclarada parda.

A religião católica é seguida pela maioria dos clientes (77%). Novamente, o ramo da indústria não acompanha o padrão observado. Enquanto nos outros ramos e segmentos a participação dos católicos situa-se entre 76% e 79%, na indústria ocorre uma maior segmentação entre católicos (65%) e evangélicos (29%).

A variável estado conjugal reforça a importância da estrutura familiar para os clientes do Banco do Povo: 74% dos entrevistados são casados. A menor proporção dos mesmos encontra-se no setor informal (70% contra 82% do setor formal) e no ramo da indústria (66%), que, conforme já assinalado, apresenta uma estrutura etária mais jovem, tendo, portanto, mais solteiros (29%).

A posição do cliente do Banco do Povo na sua família é igualmente reveladora sobre a condução do empreendimento sob a ótica da estratégia de sobrevivência familiar. A maioria dos entrevistados compõe-se de chefes (57%) ou cônjuges (32%). Na indústria, novamente, nota-se uma diferença decorrente do peso dos filhos (28% contra 9% do total). No ramo de serviços observa-se a maior presença de chefes (63%) por ser um setor em sua maioria masculino, sendo também importante a presença dos filhos (16%).

Do total de entrevistados, 84% têm filhos, sendo que a média situa-se em 2,1 filhos por pessoa. O setor formal tem uma média ligeiramente mais elevada do número de filhos

(2,4) do que o informal (2,0). A maior média encontra-se no comércio (2,4), setor predominantemente feminino, opondo-se aos ramos de serviços (1,9) e indústria (1,8). Neste último, encontra-se a maior incidência de solteiros. Quase a metade dos entrevistados (46,5%) tem filhos na idade entre 7 e 14 anos, sendo que destes 11% encontram-se fora da escola.

O nível educacional dos clientes do Banco do Povo não é muito elevado: mais da metade dos entrevistados (56%) não concluiu sequer o segundo grau, perfil idêntico para todos os segmentos e ramos, embora o setor de serviços apresente uma ligeira melhoria deste perfil (50%).

Assim como a escolaridade, a retirada média mensal dos clientes do Banco do Povo não sofre alterações significativas, considerando-se os segmentos e os ramos (ver **Figura I.1 e Tabela I.1, abaixo**). A mediana situa-se a mediana em R\$ 800 e a média em R\$ 1.135. Os clientes do setor formal têm um rendimento médio mensal superior ao informal. As retiradas do setor de serviços apresentam os menores valores para as duas medidas. A indústria também apresenta a mediana e a média reduzidas (R\$ 723 e R\$ 1225), embora esta última esteja associada a um alto desvio padrão.

Tabela I.3 Mediana, Média e Desvio Padrão para as retiradas médias mensais dos clientes do Banco do Povo (em reais),

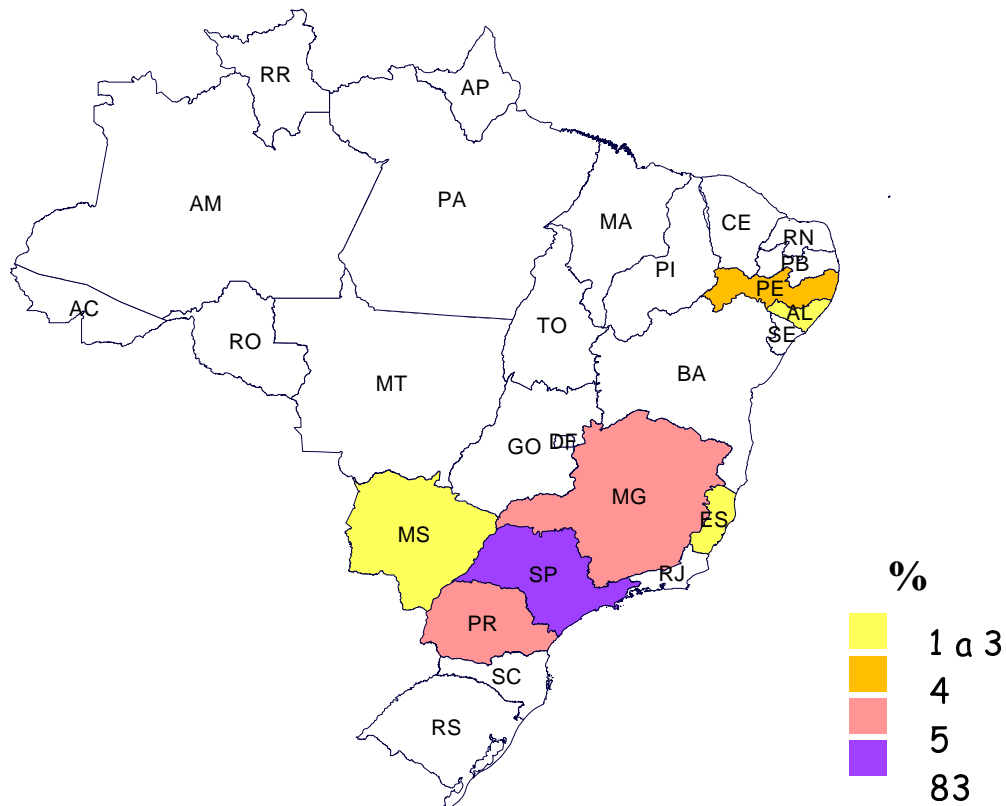
	Mediana	Média	Desvio Padrão
Total	800	1135	1155
Formal	800	1312	1487
Informal	785	1053	961
Comércio	800	1199	1309
Indústria	723	1225	1427
Serviços	700	1018	797

Um outro aspecto avaliado diz respeito à associação entre o segmento e o ramo dos empreendimentos investigados. Quanto a estas variáveis que deram origem aos cruzamentos, cabe ressaltar que o setor informal responde por 69% dos clientes e o formal por 31%, ao mesmo tempo em que há um maior peso relativo do comércio e dos serviços (52% e 38%) em relação à indústria (10%).

Há uma maior informalização dos ramos de serviços e indústria (82% e 71%), ao passo que, no comércio, ocorre uma maior paridade entre o informal (59%) e o formal (41%) ainda que a informalização também prevaleça.

Finalmente, quanto ao estado de nascimento dos entrevistados, é clara a concentração dos paulistanos (83%). Os clientes migrantes são provenientes de estados fronteiriços ou próximos (12%) ou de estados da região Nordeste (5%).

Figura I.1 Distribuição dos clientes do Banco do Povo, pelo estado de nascimento



II. CONDIÇÕES DE VIDA E PARTICIPAÇÃO

A posse de bens materiais pelos clientes do Banco do Povo (**figura II.1**) reflete um padrão compatível com as retiradas médias mensais de R\$ 1.135, considerando-se que outros membros da família devem também contribuir para aumentar o rendimento familiar total. Para que se tenha um parâmetro, o rendimento médio mensal dos ocupados nas regiões metropolitanas brasileiras em 1996 era de R\$ 846.¹⁰

Os três principais bens de consumo dos entrevistados (telefone fixo, aparelho de som e automóvel) indicam esta relativamente melhor qualidade de vida em relação à população do país. Um exemplo é o telefone fixo cuja a posse é praticamente universal (95%), ao passo que em apenas 25% dos domicílios brasileiros possuem este bem. Outro exemplo é a máquina de lavar roupa presente em 73% das residências das pessoas pesquisadas, enquanto que o percentual nacional situa-se em 27%.¹¹

A posse de novos equipamentos provenientes deste novo ciclo de modernização tecnológica (telefone celular, microcomputador e acesso à internet), também confirma esta melhor qualidade de vida. Enquanto para o Brasil, segundo o DATAFOLHA em pesquisa realizada em 1999, cerca de 8% da população de 15 anos ou mais no país acessavam a rede mundial de computadores¹², entre os entrevistados este percentual alcançou 14%.

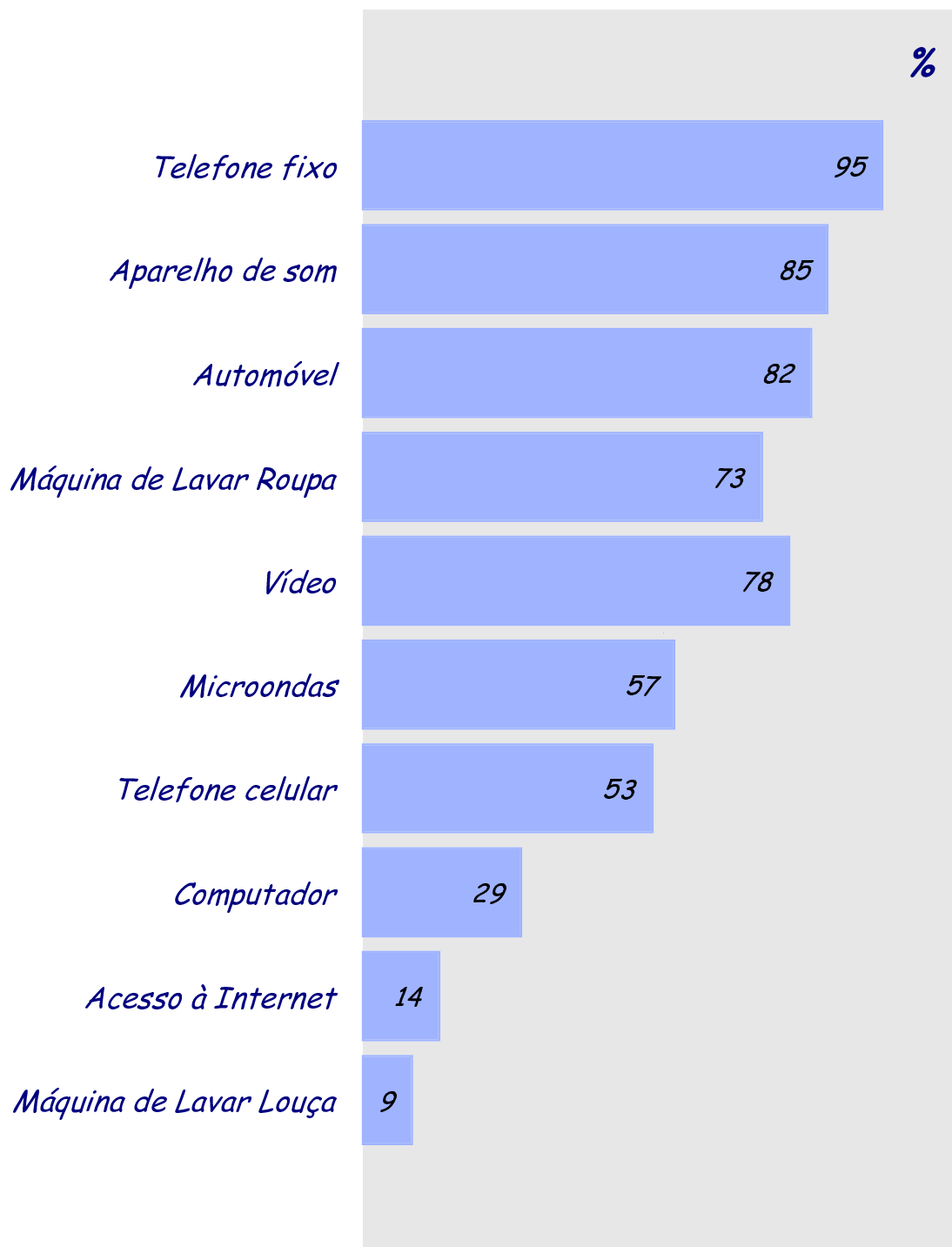
Outro item avaliado foi o hábito de frequência a atividades de lazer (cinema, teatro e restaurantes) (**figura II.2**). Confrontado à existência de equipamentos culturais nos seus domicílios, o hábito de ir ao cinema ou ao teatro é rarefeito, pois, enquanto 14% dos entrevistados vão pelo menos mensalmente ao cinema e 7% ao teatro, 85% dos clientes possuem aparelho de som, 78% possuem videocassete e 29%, computador. Entretanto, a

¹⁰ IBGE, Anuário Estatístico do Brasil, 1996

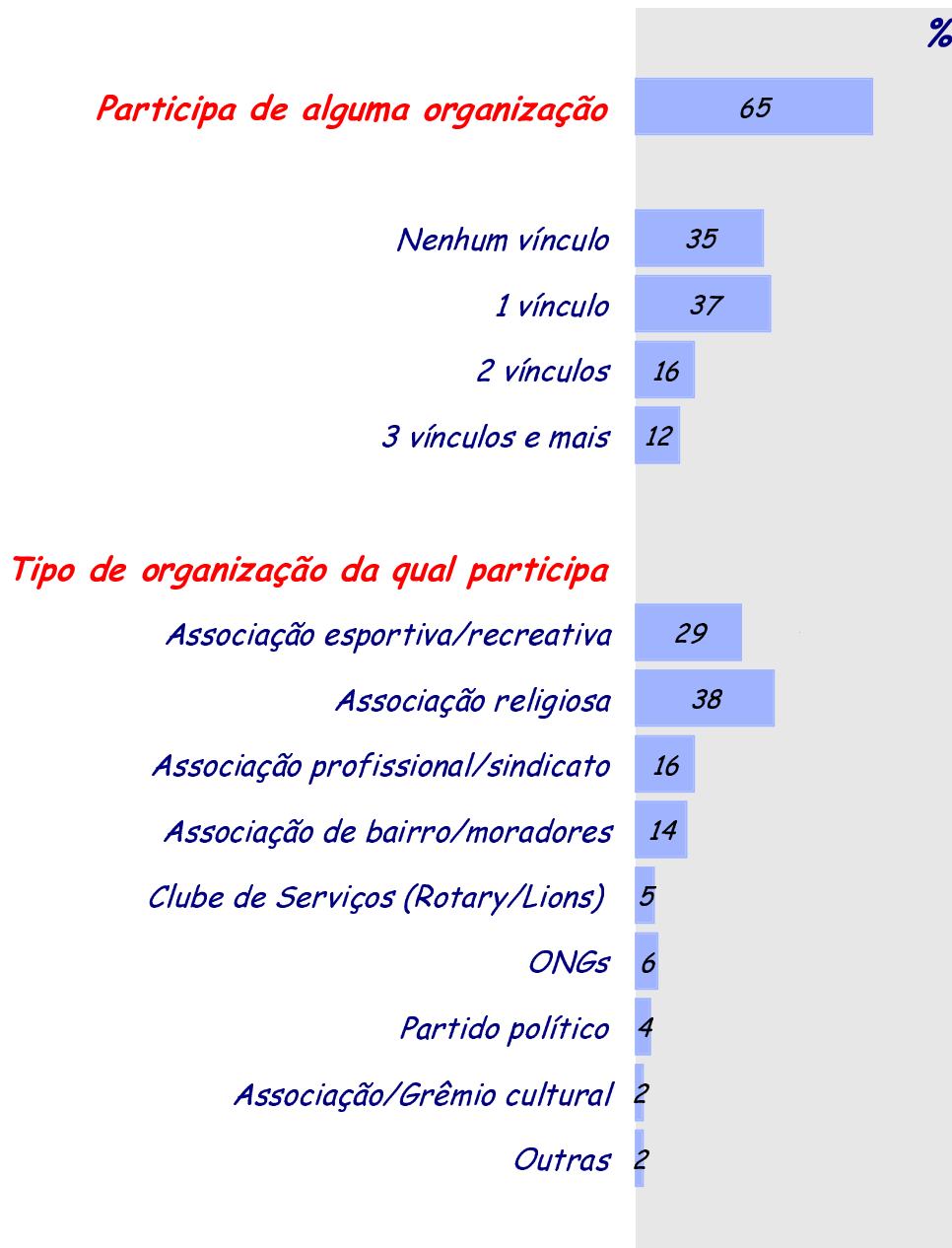
¹¹ IBGE, op.cit.

¹² DATAFOLHA, agosto/2000

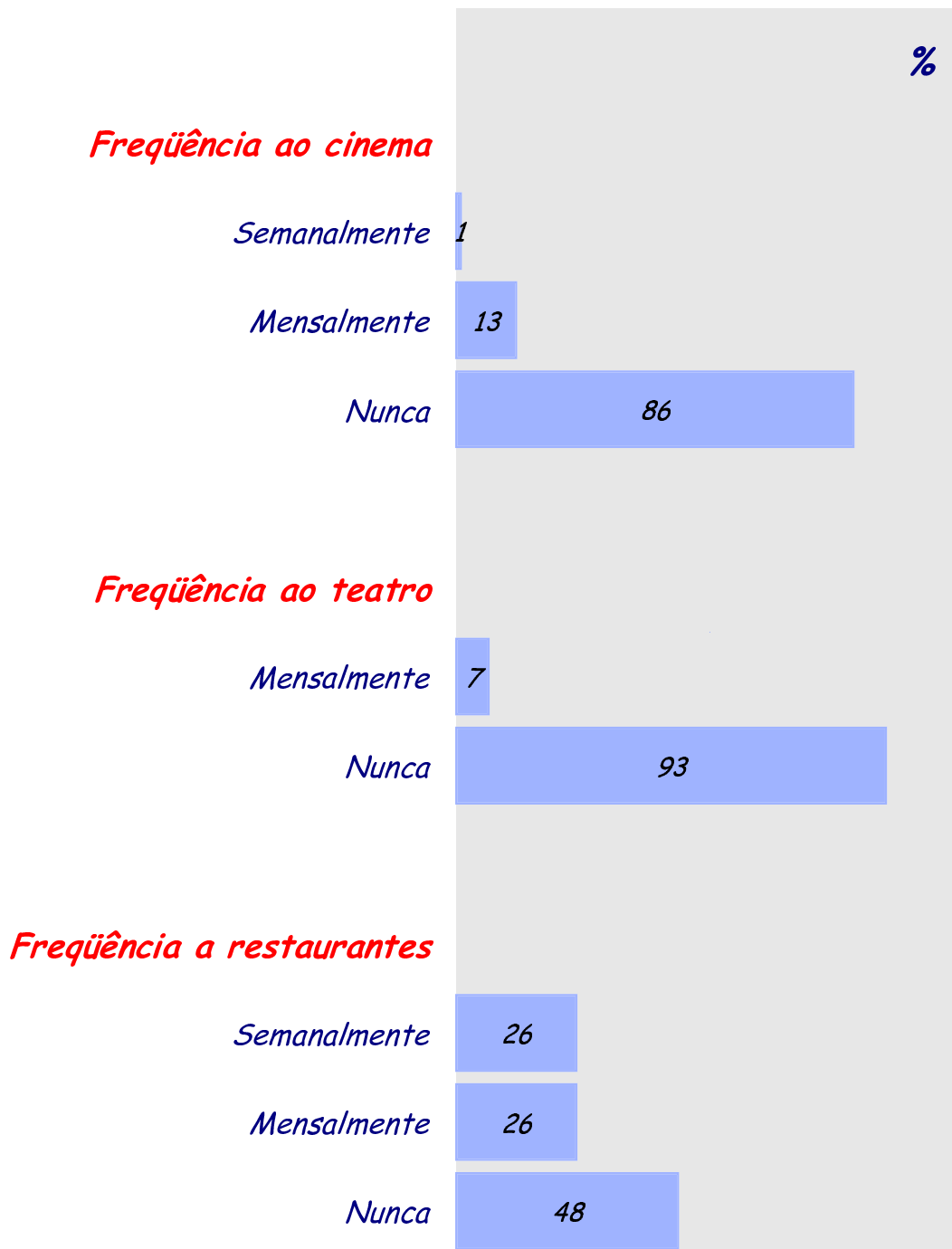
Figura II.1 Distribuição dos clientes do Banco do Povo, segundo a posse de bens



II.2 Distribuição dos clientes do Banco do Povo, segundo sua participação em entidades da sociedade civil



II.3 Distribuição dos clientes do Banco do Povo, segundo frequência a atividades de lazer



freqüência a restaurantes é mais expressiva, uma vez que 52% dos entrevistados têm o hábito de comer fora de casa, uma vez por mês ou por semana.

O grau de integração na sociedade civil organizada foi avaliado na pesquisa através da participação dos entrevistados em algumas de suas mais relevantes entidades associativas. O resultado desta investigação (**ver Figura II.3**) é o de que 35% dos entrevistados não possuem vínculo associativo algum; 37% possuem 1 vínculo, 16% 2 vínculos e 12%, 3 vínculos e mais, não ultrapassando 65% a proporção dos que têm algum vínculo.

Uma observação dos tipos de associação mais freqüentes revela que predominam as associações religiosas (38%), associações esportivas/recreativa (29%), associações profissionais/sindicatos (16%), as associações de bairro e de moradores (14%). Os demais vínculos (clube de serviços, ONGs, partidos políticos, as associações e grêmios culturais, dentre outras, incorporam 5% ou menos dos clientes.

III. INSERÇÃO DOS CLIENTES DO BANCO DO POVO NO MERCADO DE TRABALHO

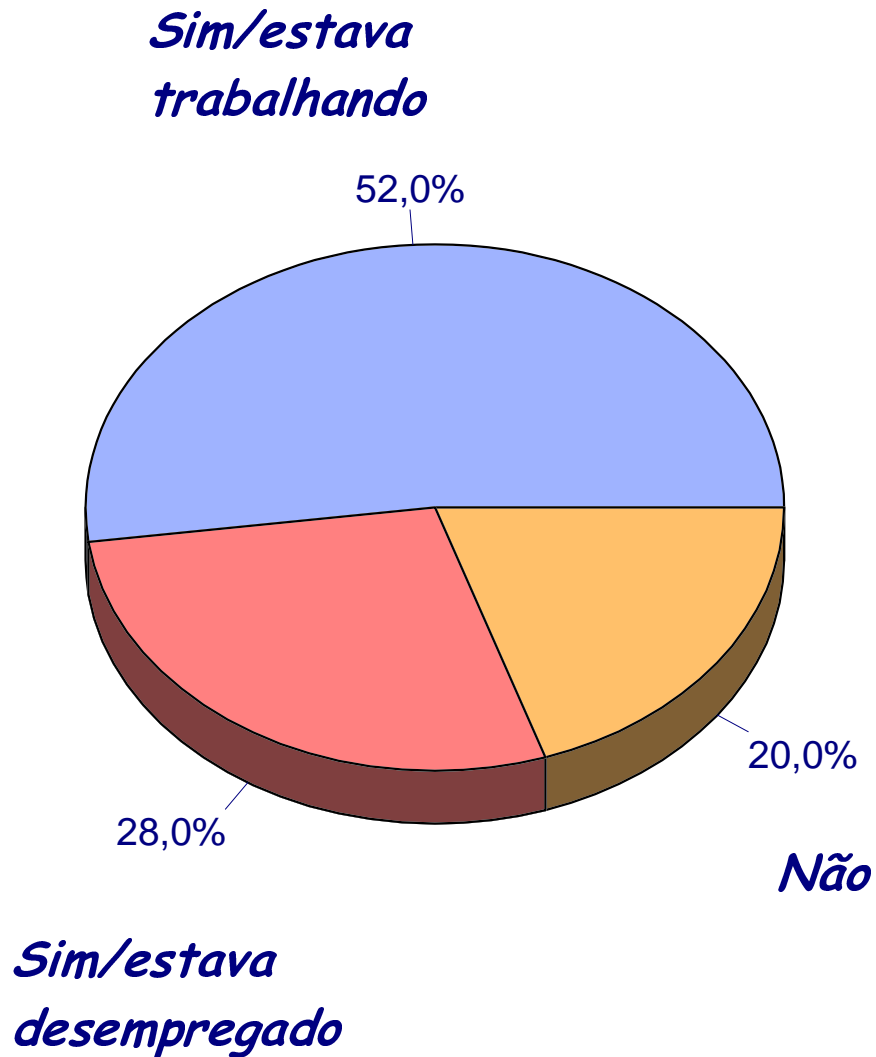
Considerando-se que a geração de ocupação, da renda e da auto sustentabilidade do empreendimento são eixos centrais para os créditos concedidos pelo Banco do Povo, grande parte da pesquisa centrou-se em questões que permitissem uma boa avaliação do tipo de inserção que os entrevistados tiveram no mercado de trabalho.

O presente Capítulo trata de levantar alguns elementos sobre os entrevistados a partir de sua inserção no mercado de trabalho antes de dedicar-se ao atual empreendimento: tinham uma ocupação ou encontravam-se desempregados. Investiga também mais detalhadamente os que têm uma ocupação concomitante ao empreendimento e aqueles que já tiveram algum outro negócio antes do atual. Para cada situação são vistos os dados referentes à ocupação, ao setor de atividade, à posição na ocupação e à escolaridade. Para os que trabalham paralelamente ao atual empreendimento, são levantadas também informações relativas à remuneração obtida no mês de outubro de 2000 nesta outra ocupação. Além disto, investigam-se a existência de negócio próprio anterior (tipo, tempo de existência e motivo da extinção).

Iniciou-se a investigação verificando como os responsáveis estavam inseridos no mercado de trabalho no período anterior ao da abertura do atual empreendimento: 52% tinham uma ocupação e estavam trabalhando quando da abertura do empreendimento; 28% tinham tido uma ocupação mas estavam desempregados quando da abertura do atual empreendimento e 20% não estavam inseridos no mercado de trabalho (**Figura III.1**). Aprofundou-se a pesquisa para cada um dos 3 primeiros grupos e os resultados são apresentados a seguir.

•

Figura III.1 Tipo de inserção no mercado de trabalho dos clientes do Banco do Povo, na época da abertura do atual empreendimento



- **Situação dos que tinham uma ocupação e estavam trabalhando:**

Representavam 52% dos entrevistados e tinham predominantemente escolaridade de 1º grau completo ou mais (52%). Os principais setores de atividade onde exerciam suas ocupações eram comércio (35%), a indústria de transformação (27%), outros setores (14%), outros serviços coletivos e pessoais (10%), saúde e serviços sociais (9%) e transportes e comunicações. Mais da metade dos clientes que tinham ocupação anterior estavam trabalhando com carteira de trabalho assinada (56%), seguidos pelos que trabalhavam por conta-própria (27%), empregados sem carteira assinada (8%), pequenos empregadores (4%), não remunerados e funcionários públicos (3%) (**ver Figura III.2**). As ocupações especificamente desempenhadas pelos entrevistados são apresentadas na **Tabela III.1**.

- **Situação dos que tinham tido uma ocupação mas estavam desempregados:**

Representavam 28% dos entrevistados e, predominantemente, tinham até o 2º grau incompleto e mais (66%) e já estavam desempregados há até 1 ano (60%) – 6 meses em média; ou seja, buscando uma possibilidade mais imediata de reingresso ao mercado de trabalho. Os principais setores de atividade onde tinham exercido suas ocupações eram: o comércio em geral (45%), indústria de transformação (26%), outros serviços coletivos e pessoais (14%), outros setores (8%), agricultura, pecuária e afins (7%) (**ver Figura III.3**). As ocupações exercidas pelos desempregados encontram-se na **Tabela III.2**.

Figura III.2 Distribuição dos clientes do Banco do Povo, que estavam trabalhando à época da abertura do atual empreendimento, segundo características da ocupação que tinham

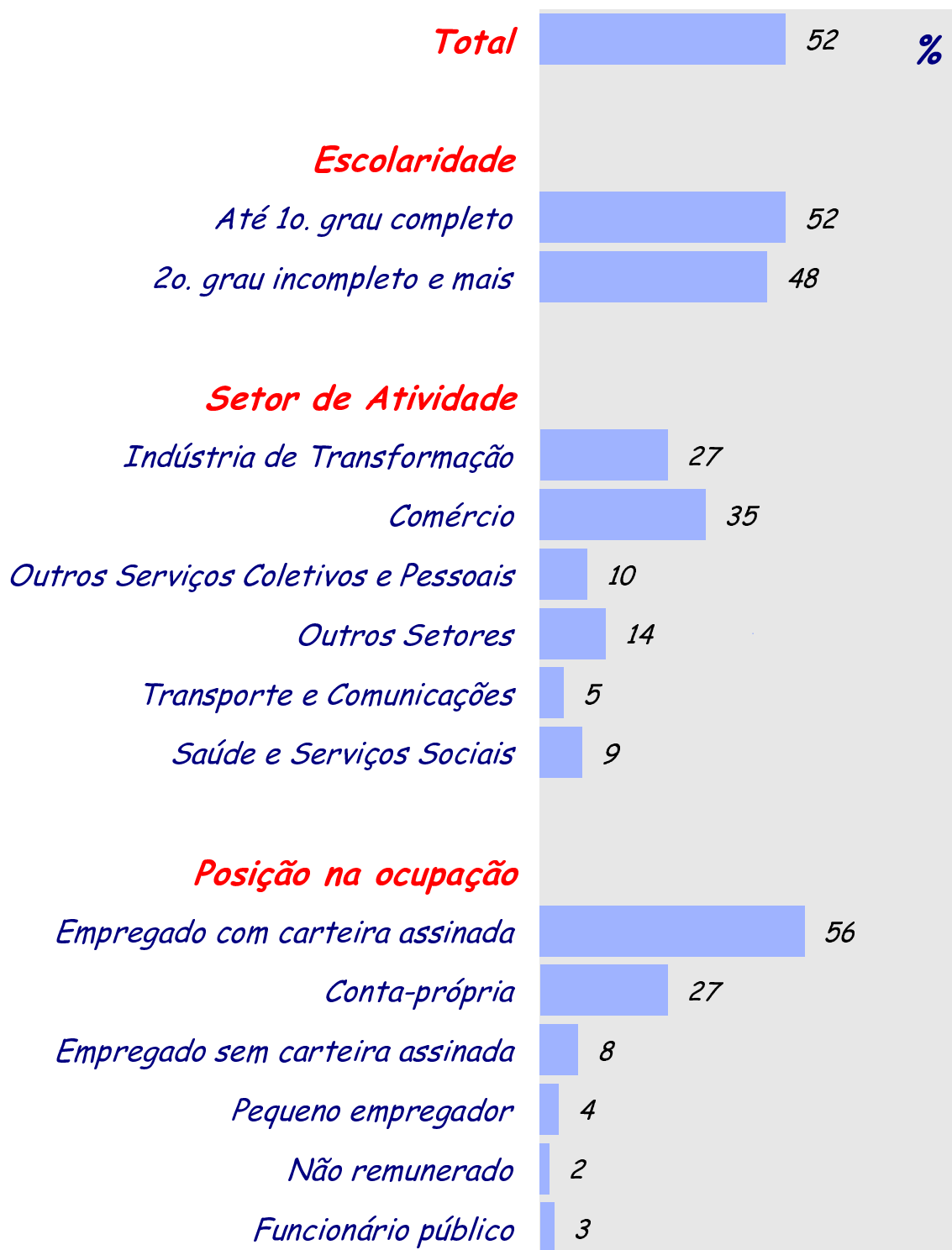


Figura III.3 Distribuição dos clientes do Banco do Povo, que estavam desempregados à época da abertura do atual empreendimento, segundo o tempo de desemprego e características da última ocupação

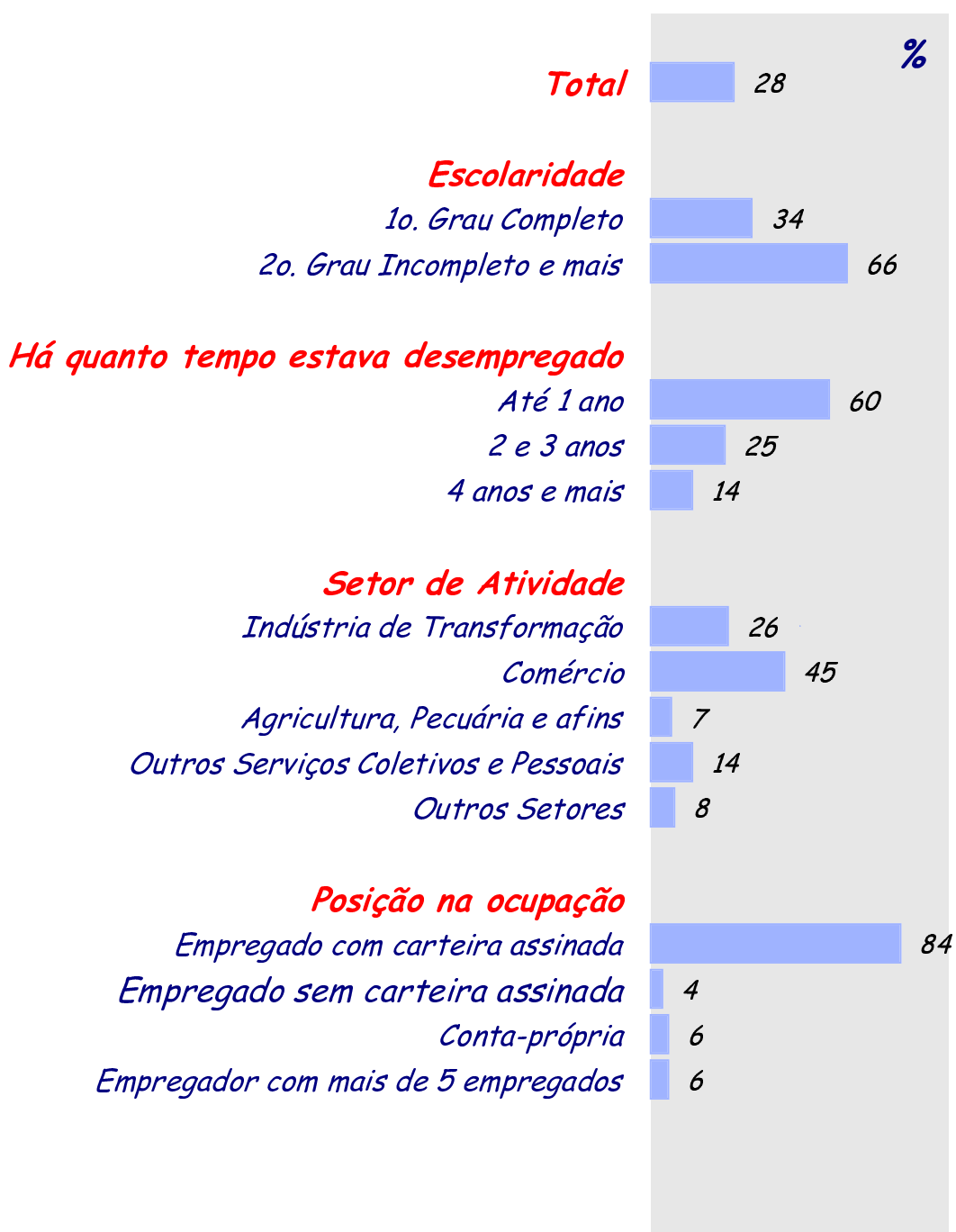


Tabela III.1 Última ocupação exercida pelos clientes do Banco do povo que trabalhavam ou estavam desempregados antes de abrir o atual empreendimento

TRABALHAVAM

costureira	13,6
mecânico	8,5
ajudante de laboratório	5,1
cozinheiro	5,1
encarregada de setor na Stª Casa	5,1
gerente	5,1
sapateiro/ fábrica	5,1
vendedora de roupa a domicílio	5,1
balconista de loja	3,4
gerente de loja	3,4
professora	3,4
representante de vendas	3,4
aprendiz lojas pernambucanas	1,7
artes gráficas	1,7
aux. adm. - empresa recurso humano	1,7
balconista/ farmácia	1,7
caminhoneiro	1,7
contabilidade	1,7
eletricista de autos	1,7
enfermagem	1,7
ferramenteiro	1,7
manicure e cabelereira	1,7
manutenção de máquinas; firma de sapato	1,7
marceneiro	1,7
produtor rural	1,7
retífica de motores	1,7
serviço de laboratório; revelação fotográfica	1,7
telefonista	1,7
torneiro mecânico	1,7
transporte escolar	1,7
técnico em eletrônica	1,7
vendedor de produtos agropecuários	1,7
TOTAL	100,0

ESTAVAM DESEMPREGADOS

aux. adm. volkwagem	8,6
costureira	8,6
gerente de produção de confecção	8,6
serviços gerais	8,6
vendas/ roupas e acessórios	8,6
vendedora de loja	8,6
vendedora de roupas e eletrodomésticos	8,6
comerciante produtos genéricos	5,7
contador	5,7
aux. de marceneiro	2,9
bancária	2,9
gerente de serviços; concercionária de carros	2,9
mestre de obras	2,9
retificador, torneiro mecânico	2,9
serralheiro	2,9
técnico de relógios de ponto	2,9
tinha uma papelaria	2,9
torneiro mecânico	2,9
vendedor	2,9
TOTAL	100,0

- **Situação dos que têm outro trabalho, além do atual empreendimento:**

Representavam 20% dos entrevistados, sendo que, destes, 9% exercem a mesma ocupação no atual empreendimento. Têm predominantemente escolaridade de 2º grau completo ou mais (65%). Os principais setores de atividade onde exerciam suas ocupações são: educação (29%), outros serviços coletivos sociais e pessoais (20%), comércio (19%), alojamento e alimentação (16%), indústria de transformação (7%), intermediação financeira (7%) e agricultura, pecuária e afins (2%). Quanto à posição na ocupação, metade dos responsáveis estava trabalhando com carteira de trabalho assinada (40%), seguidas dos que trabalhavam por conta-própria (42%) – posições que lhe permitiam mais liberdade para responsabilizar-se por um empreendimento sem abandonar o trabalho anterior.

O exercício da ocupação que tinha desde antes de abrir o atual empreendimento rendeu no mês de novembro de 2000 para 48% dos entrevistados valores até R\$ 400, outra parcela importante (34%) auferiu rendimentos maiores (R\$ 801 e mais), enquanto um grupo intermediário (18%) recebia entre R\$ 401 e R\$ 800. (**Figura III.4**).

- **Clientes que já tiveram outro empreendimento anteriormente**

Representavam 34% dos entrevistados, sendo que 66% tiveram empreendimentos em um ramo diferente do atual empreendimento. Quase a totalidade deste segmento (93%) teve o empreendimento durante um período de até 2 anos. Os motivos alegados são muito variados (53% do total), embora seja significativo que 1 em cada 4 destes empreendedores teve dificuldades financeiras ou faliu e 16% enfrentaram divergências com os seus sócios (**Figura III.5**).

Tabela III.3 Atividades dos ramos do empreendimento anterior

confeção	1,9
bar e lanchonete	1,8
comércio de produtos genéricos	1,8
distribuidora de água	1,8
aluguel	0,8
caminhoneiro	0,8
designer	0,8
marcearia	0,8
papelaria	0,8
trailer de lanches	0,8
carrinho de pipoca	0,3
comércio de linhas automotivas	0,3
prestação de serviços	0,3
salão de cabelereiro	0,3
venda de enxoval	0,3
academia de musculação	0,2
mercearia	0,2
prestação de serviços de desmanchamento	0,2
serralheria	0,2

Figura III.4 Distribuição dos clientes do Banco do Povo, que têm outro trabalho além do empreendimento, segundo características da ocupação

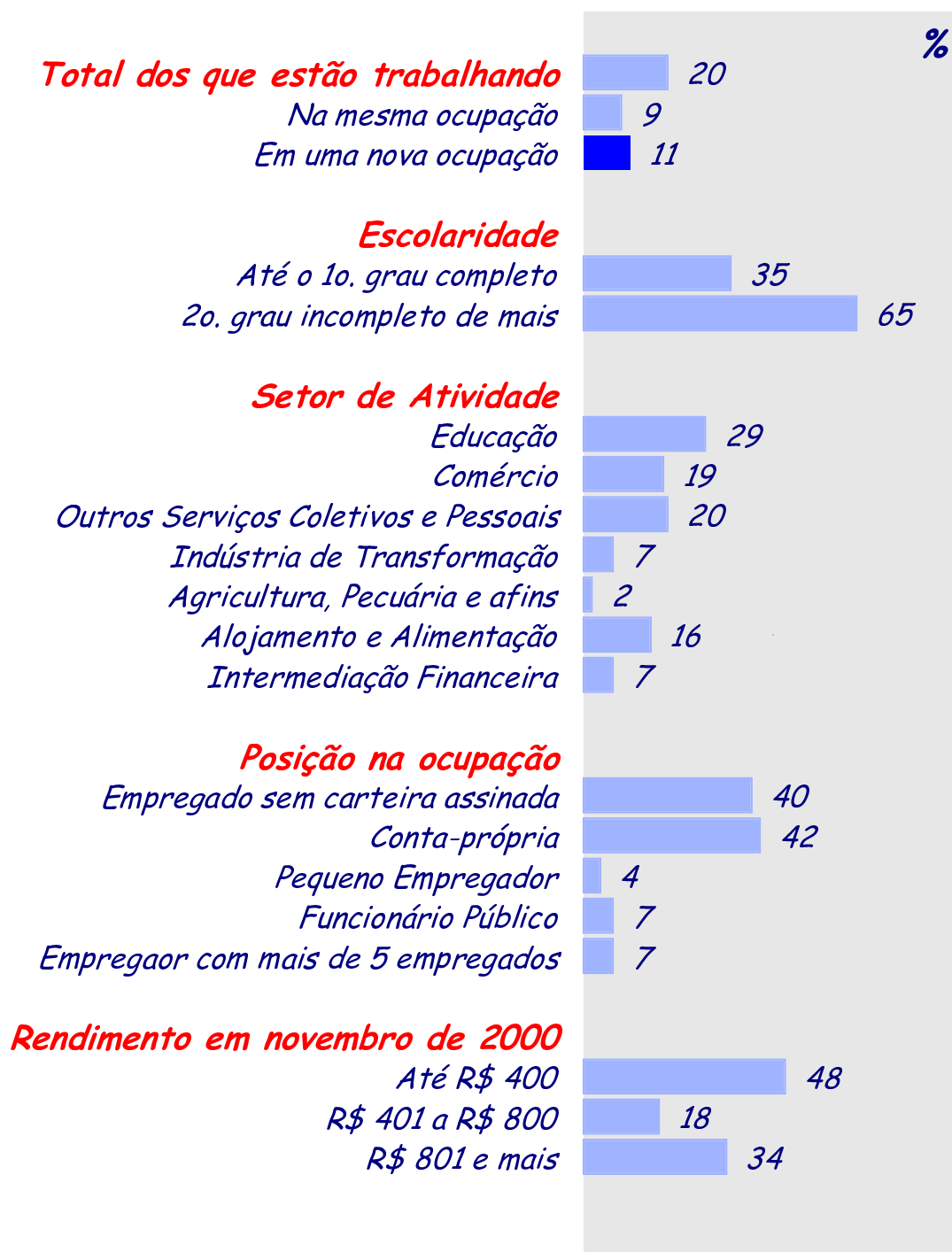
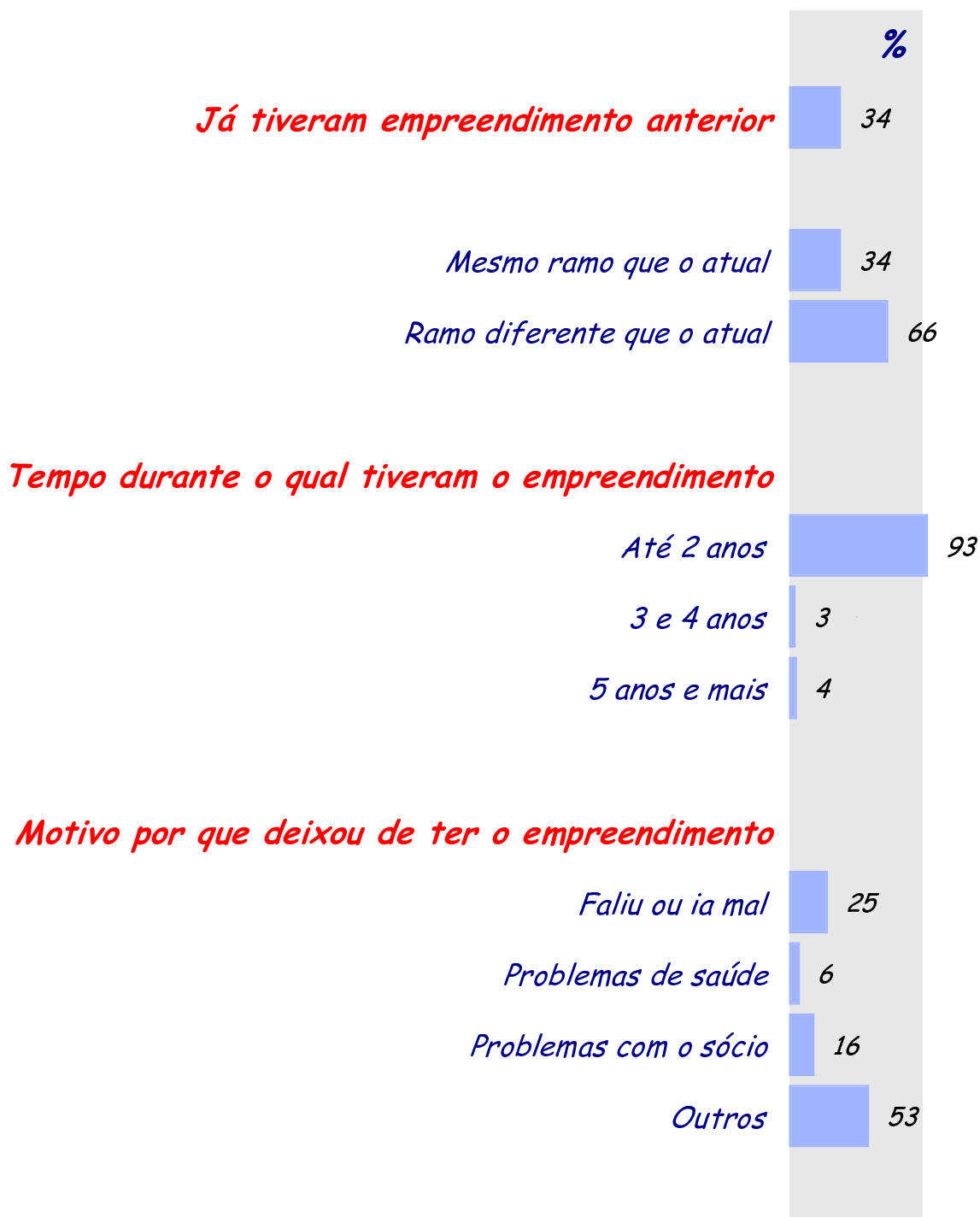


Figura III.5 Distribuição dos clientes do Banco do Povo, que tiveram um empreendimento anterior ao atual



Quanto ao atual empreendimento (**Figura III.6**), a possibilidade de ser mais independente foi o principal motivo para a sua abertura (29%). Outros motivos tais como dificuldades de encontrar trabalho, oportunidade de fazer sociedade, experiência em trabalhos anteriores, também são importantes e situam-se entre 13% e 17%.

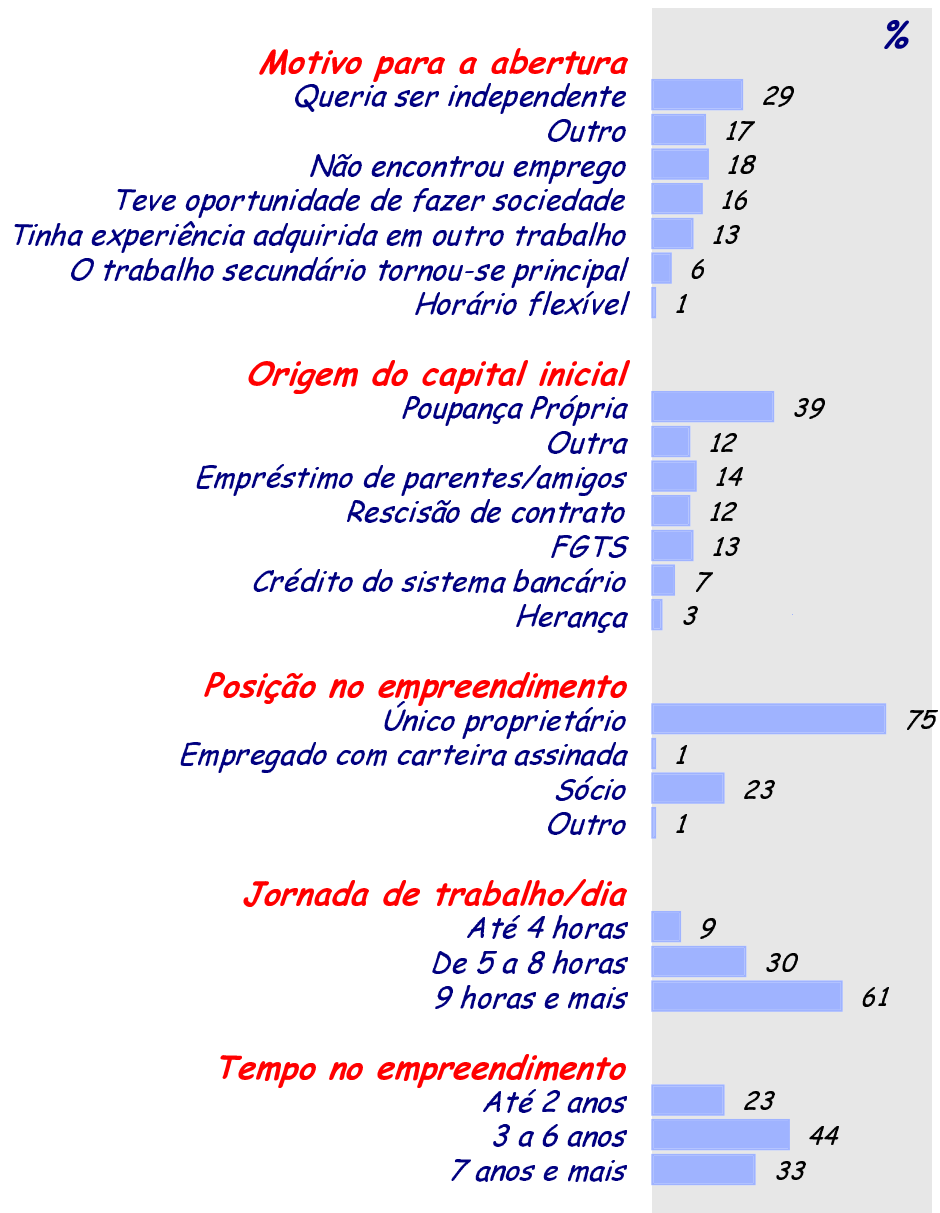
A origem principal dos recursos dos empreendimentos recai direta ou indiretamente sobre os próprios clientes, como a utilização de caderneta de poupança (39%) as fonte de origem familiar como empréstimos ou heranças (17%). As fontes formais importantes são as rescisões de contrato, FGTS e empréstimos bancários, que, juntos correspondem a 1 terço das fontes.

A grande maioria dos clientes do Banco do Povo tem empreendimentos individuais (75%) ou associam-se (23%).

A maior parte dos entrevistados têm uma jornada diária de trabalho de 9 horas e mais (61%), enquanto 33% tem uma jornada entre 5 e 8 horas diárias.

O tempo no empreendimento situa-se entre 6 e 7 anos (segundo o que apontam a mediana e média, respectivamente).

Figura III.6 Distribuição dos clientes do Banco do Povo, segundo características de seu relacionamento com o atual empreendimento



IV - PERFIL DO EMPREENDIMENTO

O presente capítulo trata das seguintes variáveis relativas aos empreendimentos pesquisados: perfil do empreendimento, características básicas, como tipo do empreendimento, segmento e ramo, registro de microempresa, principal produto, local e condição de ocupação do local, valor do aluguel, tempo de existência, filiação à sindicato e sazonalidade, mão-de-obra ocupada:, sócios, membros da família, gastos com salários e retiradas, benefícios. É também investigada a utilização de equipamentos, matérias-primas e formação de clientela. Quanto ao movimento financeiro analisa-se a receita, despesa, despesa com salários e benefícios e forma de controle das contas. Trata, finalmente das dificuldades e perspectivas: principais dificuldades, planos para o futuro, avaliação do empreendimento e o que poderia melhorar.

Neste capítulo, como no **Capítulo I**, será utilizada, como contraponto, a análise de pequenos empreendimentos feita a partir dos dados dos Censos Econômicos do IBGE, de 1985.

1. Características básicas (ver Tabela IV.1)

No que se refere ao tipo de empreendimento, predomina o individual (58%), seguido pelo familiar (25%) e pelo associativo (15%), sendo o cooperativo e o comunitário, correspondentes a 1%. Os dados censitários de 1985 já assinalavam que *“considerando-se que nas 2,7 pessoas ocupadas em média nas microempresas estão incluídos proprietários e membros da família não remunerados, além dos empregados, o que, de imediato, se evidencia na leitura dos dados é o caráter individual ou familiar que acompanha grande parte desses empreendimentos. Com isso, não se está querendo dizer que pequenas e médias empresas não apresentem, também, uma configuração familiar, o que, de resto, é bastante apontado pela literatura que trata dessas empresas. O que se chama a atenção aqui é que, enquanto, nas microempresas, proprietários e membros da família atuam, geralmente como produtores diretos, nas pequenas e médias empresas, eles tendem a assumir funções de gestão e de direção”* (IBGE, 1985 – p XX).

Tabela IV.1 Distribuição dos empreendimentos, por suas características gerais, segundo o segmento

		TOTAL	FORMAL	INFORMAL
		%	%	%
TIPO DO EMPREENDIMENTO	ASSOCIATIVO	15	21	12
	COOPERATIVO	1	1	0
	COMUNITÁRIO	1	1	0
	FAMILIAR	25	35	22
	INDIVIDUAL	58	42	66
RAMO	COMÉRCIO	52	69	45
	INDÚSTRIA	10	9	10
	SERVIÇOS	38	22	45
REGISTRO DE MICROEMPRESA		61	89	48
LOCAL DO EMPREENDIMENTO	LOJA, OFICINA, ESCRITÓRIO	51	89	34
	DOMICÍLIO DO RESPONSÁVEL	32	9	43
	DOMICÍLIO DO CLIENTE	14	1	20
	OUTRO	3	1	3
CONDIÇÃO DE OCUPAÇÃO DO LOCAL	PRÓPRIA JÁ PAGA	57	47	62
	PRÓPRIA, AINDA PAGANDO	6	4	6
	ALUGADA	30	47	22
	CEIDIDA	6	1	9
	OUTRA	1	1	1
ALUGUEL MENSAL	ATÉ R\$ 150	25	20	28
	R\$ 151 A R\$ 300	42	42	43
	R\$ 301 E MAIS	33	38	29
TEMPO DE EXISTÊNCIA	ATÉ 2 ANOS	20	14	23
	3 A 6 ANOS	40	44	38
	7 ANOS E MAIS	40	42	39
NÚMERO DE PESSOAS QUE TRABALHAM	NENHUMA PESSOA	22	2	31
	1 A 3	61	65	59
	4 E MAIS	17	33	10
FILIAÇÃO A SINDICATO		26	39	20
SAZONALIDADE		89	91	88



Tabela IV.2 Distribuição dos empreendimentos, por suas características gerais, segundo o ramo

		TOTAL	COMÉRCIO	INDÚSTRIA	SERVIÇOS
		%	%	%	%
TIPO DO EMPREENDIMENTO	ASSOCIATIVO	15	10	12	21
	COOPERATIVO	1	0	0	1
	COMUNITÁRIO	1	0	0	1
	FAMILIAR	25	26	28	25
	INDIVIDUAL	58	64	60	52
SEGMENTO	FORMAL	31	41	29	18
	INFORMAL	69	59	71	82
REGISTRO	DE MICROEMPRESA	61	63	33	64
LOCAL DO EMPREENDIMENTO	LOJA, OFICINA, ESCRITÓRIO	51	48	39	58
	DOMICÍLIO DO RESPONSÁVEL	32	33	48	27
	DOMICÍLIO DO CLIENTE	14	15	10	14
	OUTRO	3	4	3	1
CONDIÇÃO DE OCUPAÇÃO DO LOCAL	PRÓPRIA JÁ PAGA	57	61	59	52
	PRÓPRIA, AINDA PAGANDO	6	3	19	4
	ALUGADA	30	29	22	34
	CEBIDA	6	7	0	7
	OUTRA	1	0	0	3
ALUGUEL MENSAL	ATÉ R\$ 150	25	23	26	27
	R\$ 151 A R\$ 300	42	44	42	41
	R\$ 301 E MAIS	33	33	32	32
TEMPO DE EXISTÊNCIA	ATÉ 2 ANOS	20	18	32	21
	3 A 6 ANOS	40	43	40	36
	7 ANOS E MAIS	40	39	28	43
NÚMERO DE PESSOAS QUE TRABALHAM	NENHUMA PESSOA	22	27	16	16
	1 A 3	61	59	56	65
	4 E MAIS	17	14	28	19
FILIAÇÃO	A SINDICATO	26	25	19	30
SAZONALIDADE	TRABALHA O ANO TODO	89	89	81	90



Os empreendimentos individuais estão mais presentes no segmento informal (com 66%), ao passo que, no formal, o percentual é de mais reduzido (42%) e próximo aos empreendimentos familiares (35%).

Todos os responsáveis pelos empreendimentos acumulam a função gerencial com outras tarefas exercidas nesta atividade, mesmo quando têm outro trabalho paralelamente, cumprindo extensas jornadas de trabalho diárias. É interessante notar que, em 22% dos empreendimentos ele é o único trabalhador, *“caso em que a inserção do microempresário no processo produtivo se confunde com a do trabalhador por conta própria”* (IBGE, 1985 – p XX).

A maioria absoluta dos empreendimentos pesquisados (61%) tem registro de microempresa. Tal configuração também é apontada na parte dedicada às microempresas nos Censos Econômicos realizados pelo IBGE em 1985: lá foram encontrados 45% de microempresas constituídas sob a forma jurídica de firma individual sendo *“(...) significativa a proporção das que operam sem qualquer reconhecimento legal (20%)”*. (IBGE, 1985 – p XXIII).

Conforme já observado, a informalidade predomina (69% dos empreendimentos), destacando-se os ramos do comércio (52%), dos serviços (38%), e da indústria (10%). *“Apesar da literatura sobre o tema privilegiar como objeto de análise o setor industrial, são as atividades de comércio e serviços que predominam entre as microempresas, representando 88% do seu total. No caso das microempresas, ambas as atividades, envolvendo menor grau de organização econômica e exigindo menor volume de capital fixo, abrem, por isso mesmo, um espaço mais amplo para empreendimentos de pequeno porte. (...) Entre os serviços, sobressaem, em primeiro lugar, as microempresas de alimentação, retratando a rotina dos bares, biroscas e pequenos restaurantes, regidos durante o dia, pelo horário de trabalho das pessoas e transformados, à noite e aos fins de semana, em locais por excelência de convívio e lazer social. (...)”*. Dentre as atividades industriais, há também predomínio das tradicionais, destacando-se outra vez os produtos alimentares. *“Além deste gênero, dois outros chamam a atenção por sua importância: o de vestuário, calçados e artefatos de*

tecido e o de transformação de minerais não metálicos. O primeiro envolve a multiplicidade de pequenas unidades de confecção que, por vezes, chegam a se constituir no elemento central do crescimento de algumas cidades e da estratégia de sobrevivência de seus habitantes. No segundo gênero, o destaque são as pequenas olarias, cabendo mencionar, ainda no setor industrial, as participações das microempresas de metalurgia, madeira e mobiliário.” (IBGE, 1985 – p XVII).

Na presente pesquisa, os dados obtidos nas respostas a um quesito aberto sobre o principal produto do empreendimento são apresentados nas **Tabela IV.2 e IV.3**, a seguir, mostrando os tipos detalhados de produtos tais como descritos para cada ramo de atividade.

No que tange ao local onde o empreendimento está instalado e em funcionamento, a grande maioria ocupa lojas, oficinas e escritórios exclusivos (51%), e, secundariamente, o domicílio de seu responsável (32%). Há também os que funcionam em domicílios do cliente (14%) ou outros locais (3%). Cabe ressaltar que no segmento informal e no ramo da indústria há um aumento na proporção dos empreendimentos residenciais (43% e 48%, respectivamente).

Também os Censos Econômicos observaram este particular em relação às microempresas, identificando-o como uma dificuldade a mais para a sua visibilidade: *“é razoável supor que muitas empresas desse porte funcionem em fundos de quintais, galpões ou cômodos de seus proprietários e sejam ‘invisíveis’ aos olhos do recenseador.”* (IBGE, 1985 – p XXIV).

No que se refere à condição de ocupação do local onde funciona o empreendimento, predominam os que pertencem ao responsável que já acabou de pagá-lo (57%), seguindo-se os alugados (30%) e os próprios não pagos e cedidos (6%, cada). O pagamento de aluguel é mais frequente para o segmento formal (47%), ramo do comércio (29%) e serviços (34%). Os valores pagos à guisa de aluguel ou prestação variam entre R\$ 151 e R\$ 300, com média de R\$ 265 e mediana (valor que divide a distribuição ao meio) de R\$250,00.

Tabela IV.3 Distribuição dos produtos ou serviços dos empreendimentos, segundo o ramo (comércio e indústria)

COMÉRCIO		INDÚSTRIA	
venda de roupas	11,1	confecção de roupas	6,5
vidraçaria	3,7	artigos p/ cachorro	3,2
sorveteria	3,7	bordados em itens de cama, mesa e banho	3,2
roupas; confecção	3,7	brincos - bijuterias em geral	3,2
roupas	3,7	calcinha e soutien	3,2
revenda de cama, mesa e banho	3,7	camisa, shorts, saias	3,2
ótica	3,7	camisetas	3,2
malhas de lã	3,7	confecção de roupa de cama e cozinha	3,2
impressos	3,7	confeccionamos roupas para uma fábrica	3,2
costura em geral	3,7	despontador - montagem de tênis	3,2
corta e coloca vidros	3,7	escultor	3,2
confecção, comércio de roupas	3,7	fabricação de roupas	3,2
cervejaria	3,7	jornal e catálogos	3,2
Outros	3,7	marcenaria - móveis sob encomenda	3,2
venda de acessórios p/ autos	3,4	móveis sob. encomenda	3,2
roupas femininas	3,4	pães, salgados- vendidos sob. encomenda	3,2
mecânica em geral	3,4	Porta cd e costureira	3,2
material de construção	3,4	produtor de bordados diversos tipos	3,2
instalação de alarmes	3,4	produtor de capa de celular	3,2
gesso , pintura	3,4	produtor de estufa (tomate, pimentão, pepino)	3,2
fertilizante foliar	3,4	roupas, colchas, toalhas, enxoval bordado	3,2
confecção de roupas femininas	3,4	confecção de chaves	2,9
compra e venda de móveis	3,4	confecção de cortinas	2,9
comércio de frutas e verduras	3,4	confecção de vestuário	2,9
chaves	3,4	confecção em geral	2,9
artigos infantis	3,4	confecciona malharia; venda a varejo	2,9
TOTAL	100,0	cortinas- confecção e vendas direto p/clientes	2,9
		fabricação de esquadrias, portas e portões	2,9
		fabricação de grades, portões, esquadris	2,9
		quadrilhos metálicos; serragem	2,9
		sapato	2,9
		TOTAL	100,0

Tabela IV.4 Distribuição dos produtos ou serviços dos empreendimentos, segundo o ramo (serviços)

SERVIÇOS		SERVIÇOS (continuação)	
assessoria jurídica em cálculos processuais	2,1	verduras e peixes ornamentais	2,1
assistência mecânica linha leve	2,1	xerox e plastificação	2,1
assistência técnica em relógio de ponto	2,1	outros	0,5
automóveis, consertos em geral	2,1	comércio de peças e mão de obra para autos	0,5
borracharia	2,1	cópias	0,5
confecção de sapato e tênis	2,1	cópias de projeto de engenharia e xerox	0,5
conserto de eletro-eletrônicos	2,1	corretagem	0,5
conserto de eletrodomésticos	2,1	escola de música	0,5
conserto de geladeiras, ar cond; bebedouro	2,1	etiqueta para calçados	0,5
conserto e vulcanização e alinhamento de pneus	2,1	fotografia e vídeo	0,5
corte de cabelos	2,1	fotos; casamento , formatura	0,5
costura	2,1	funilaria e pintura de automóveis	0,5
costura, bordado, ponto	2,1	hotel - aluguel de apartamentos	0,5
doces, bolachas e salgadinhos	2,1	lavagem de carro, polimento, troca de óleo	0,5
estúdio fotográfico	2,1	letreiros- placas, cartazes, faixas, adesivos	0,5
fabricação de engrenagem	2,1	limpeza urbana com caçamba	0,5
fotografia, montagem de album	2,1	manutenção e reparo de veículos automotores	0,5
lavagem de carro, polimento, troca de óleo	2,1	mecânico	0,5
letreiros, faixas, placas	2,1	oficina de solda	0,5
manutenção de automóveis- mecânica e borracharia	2,1	pintura, reforma em geral	0,5
manutenção de moldes, ferramentas e matrizes	2,1	presponto	0,5
manutenção de motocicletas	2,1	presponto do cabedal do sapato	0,5
mão-de-obra de roupas infantis	2,1	prestação de serviço de contabilidade	0,5
mecânica auto- peças	2,1	prestação de serviço mecânico e venda auto peças	0,5
mecânica de caminhões	2,1	prestação de serviço na usinagem	0,5
mecânica de caminhões linha mercedes	2,1	prestação de serviço, soldas especiais em geral	0,5
obras de construção civil	2,1	produção de café e milho	0,5
oficina mecânica	2,1	publicidade	0,5
retífica de motores	2,1	recuperação de peças	0,5
roupas femininas	2,1	recuperar roda de vigia leve	0,5
salão de cabelereiro	2,1	reforma de bicicletas e consertos	0,5
serviços contábeis	2,1	reforma de estofados em geral	0,5
serviços de vidraçaria	2,1	representação de derivados de leite	0,5
trabalha como DJ e aluga aparelhagem de som	2,1	serviço de limpeza	0,5
transporte de passageiros	2,1	serviço de mecânica e vendas auto-peças	0,5
transporte escolar	2,1	TOTAL	100,0
venda e aplicação de vacinas humanas	2,1		
venda e aplicação de vacinas humanas	2,1		

A pesquisa encontrou um tempo médio de existência entre 6 e 7 anos, observando-se que no ramo da indústria há uma proporção significativa de empreendimentos mais recentes (32% com até dois anos, contra 20% do total).

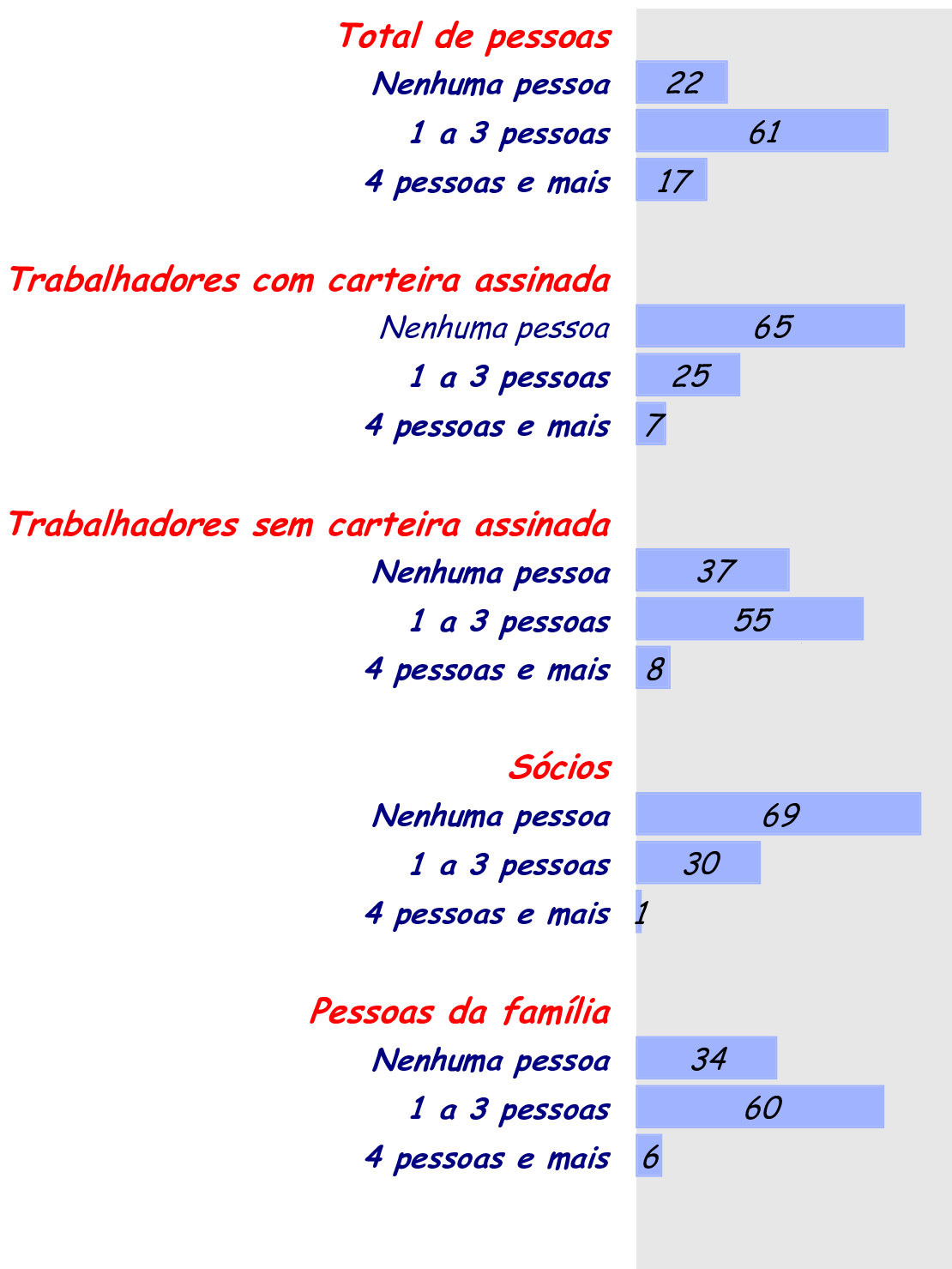
A grande maioria dos empreendimentos trabalha o ano todo (89%). Quanto à filiação a sindicatos (26%), são encontradas diferenças expressivas. O setor formal tem um grau maior de filiação do que o informal (39% e 20%). Quanto ao ramo, o percentual maior encontra-se nos serviços (30%), seguido pelo comércio (25%) e pela indústria (19%).

O número médio de pessoas ocupadas por empreendimento no mês de agosto de 2000 (excluindo o responsável) foi de 2,1 e a mediana foi de 2,0 pessoas. O segmento formal e o ramo da indústria apresentam médias superiores (3,0 e 3,8). Como já foi mencionado, o Censo Econômico de 1985 também encontrou concentração de empreendimentos com até 3 pessoas ocupadas (em média 2,7 pessoas por microempresa).

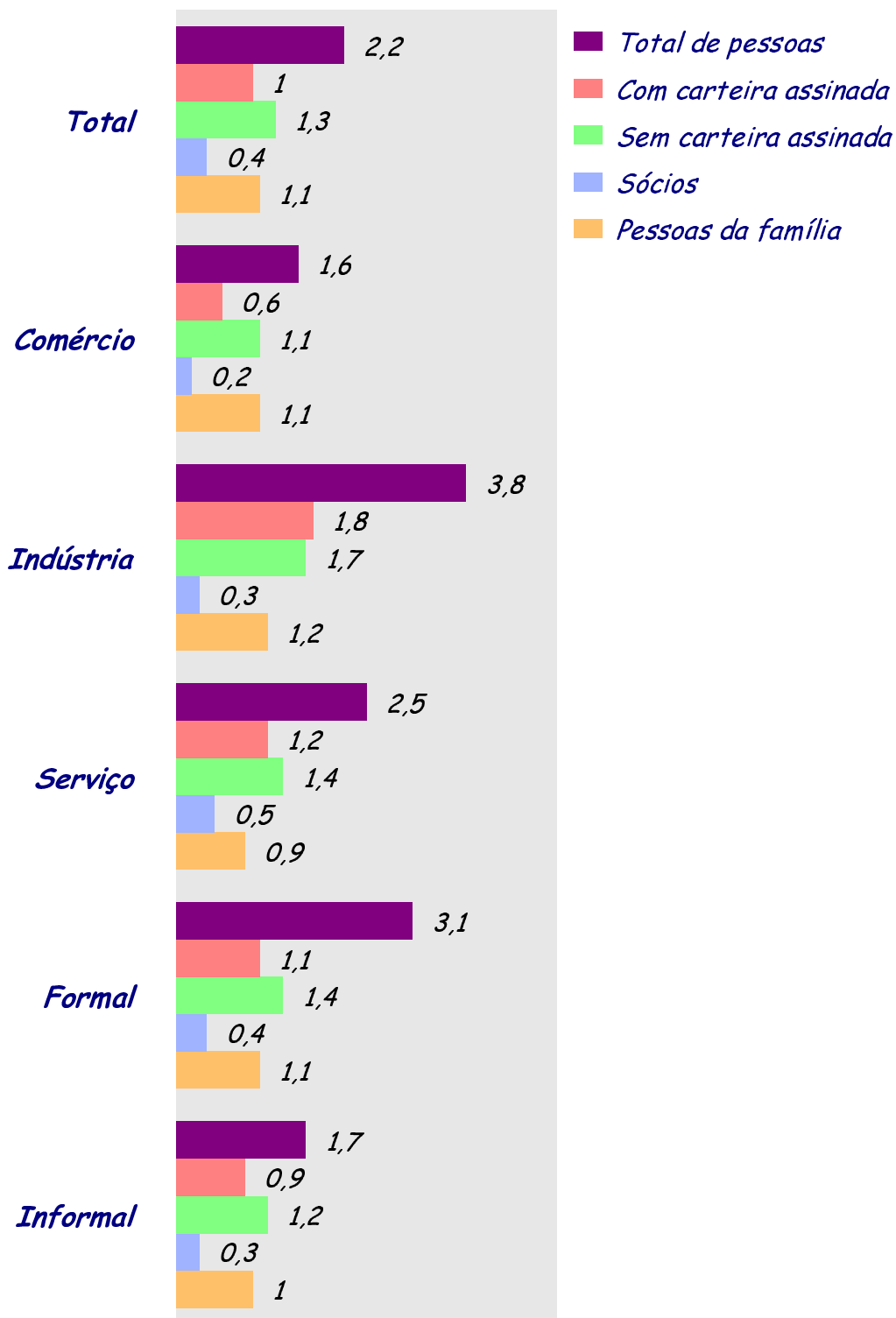
A posse de carteira de trabalho assinada é um diferencial importante em relação ao tamanho do empreendimento (**Figura IV.1**). Do total dos empreendimentos que têm trabalhadores com carteira assinada, 65% são os que contam apenas com o proprietário. Entre os empreendimentos que têm trabalhadores sem carteira assinada, a classe modal situa-se entre 1 ou 3 pessoas ocupadas (exceto o proprietário), com 55%. A existência de sócios é mais freqüente para os empreendimentos individuais (69%), seguindo-se aqueles que contam com 1 a 3 pessoas ocupadas, além do proprietário (30%). Dos empreendimentos que possuem pessoas da família, 60% concentram-se entre 1 a 3 pessoas (exclusive o proprietário), enquanto 34% não contam com nenhum membro familiar.

Entre os segmentos e ramos analisados observa-se a seguinte distribuição das médias de trabalhadores com carteira assinada (1 pessoa no total): 1,8 na indústria, 1,2 nos serviços e 0,6 no comércio. As médias para os segmentos formal e informal mantêm-se próximas ao total. Não foram registradas também variações importantes para a média do número de sócios (0,4) e a média de pessoas na família (1,1) para os ramos e segmentos pesquisados (**Figura IV.2**).

Figura IV.1 Distribuição dos empreendimentos, segundo características da mão-de-obra ocupada em outubro de 2000 (exceto o entrevistado)



IV.2 Distribuição dos empreendimentos, segundo médias da mão-de-obra ocupada em outubro de 2000 (exceto o entrevistado), por segmento e ramo



2. Equipamentos, matérias-primas e clientela

A grande maioria dos empreendimentos utiliza algum tipo de equipamento para desempenhar suas tarefas (79%) e a maior parte deles possui estes equipamentos (77%). Perguntados sobre quais eram as instalações e equipamentos que possuíam, as respostas mostraram que predominam as ferramentas e utensílios de trabalho, seguidas de perto pelas máquinas, pelos móveis e equipamentos, pelos veículos e, em proporção menor, pelos imóveis (**ver Figura IV.3**).

Igualmente, a maioria quase absoluta dos empreendimentos (96%) utiliza algum tipo de matéria-prima para elaborar o seu produto ou para prestar o serviço a que se propõe (93%).

Perguntados sobre a forma pela qual têm acesso à matéria-prima necessária, a maior parte compra de lojistas (65%); seguem-se os que compram diretamente de grandes (44%) ou pequenos (39%) produtores, e os recebe de clientes (14%). Esta informação é relevante na medida em que os custos são relativamente diferenciados (entre lojistas e produtores). Da mesma maneira, as formas de pagamento combinando sua efetivação à vista (70% do total) ou a prazo (82%) (**ver Figura IV.4**).

A clientela dos empreendimentos do Banco do Povo é, em sua maior parte, variada (81%). Os clientes fixos ou exclusivos correspondem a 15% e 2% do total de clientes, respectivamente.

Os usuários e consumidores dos produtos e serviços, dos empreendimentos financiados pelo Banco do Povo, apresentam características importantes, qualificando melhor estas atividades. Os empreendimentos ocupam o espaço econômico interpessoal e comunitário em um primeiro plano (91% têm como clientes pessoas em geral e 77% pessoas da comunidade). As pequenas empresas, que fazem a ligação entre o mercado informal e o formal, estão presentes para a metade dos empreendimentos (53%). As grandes empresas e o governo são clientes para 36% e 22% dos empreendimentos, respectivamente. O perfil da clientela mostra a pluralidade dos empreendimentos, não restritos apenas ao domínio interpessoal e comunitário, ainda que estes sejam predominantes.

Figura IV.3 Distribuição dos empreendimentos, segundo a utilização e a posse de equipamentos e instalações

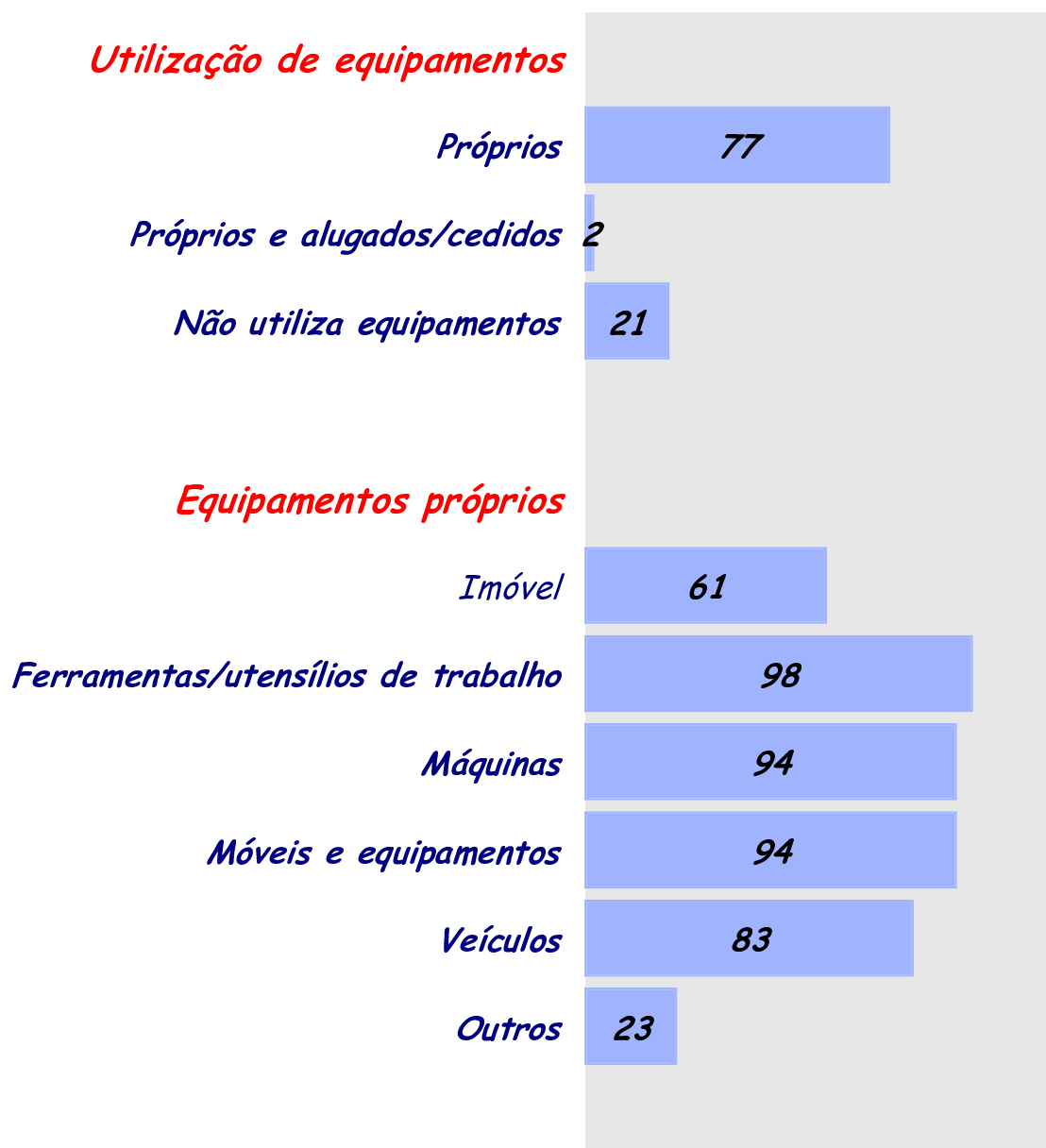


Figura IV.4 Distribuição dos empreendimentos, segundo o consumo, a aquisição e a forma de pagamento de matérias-primas

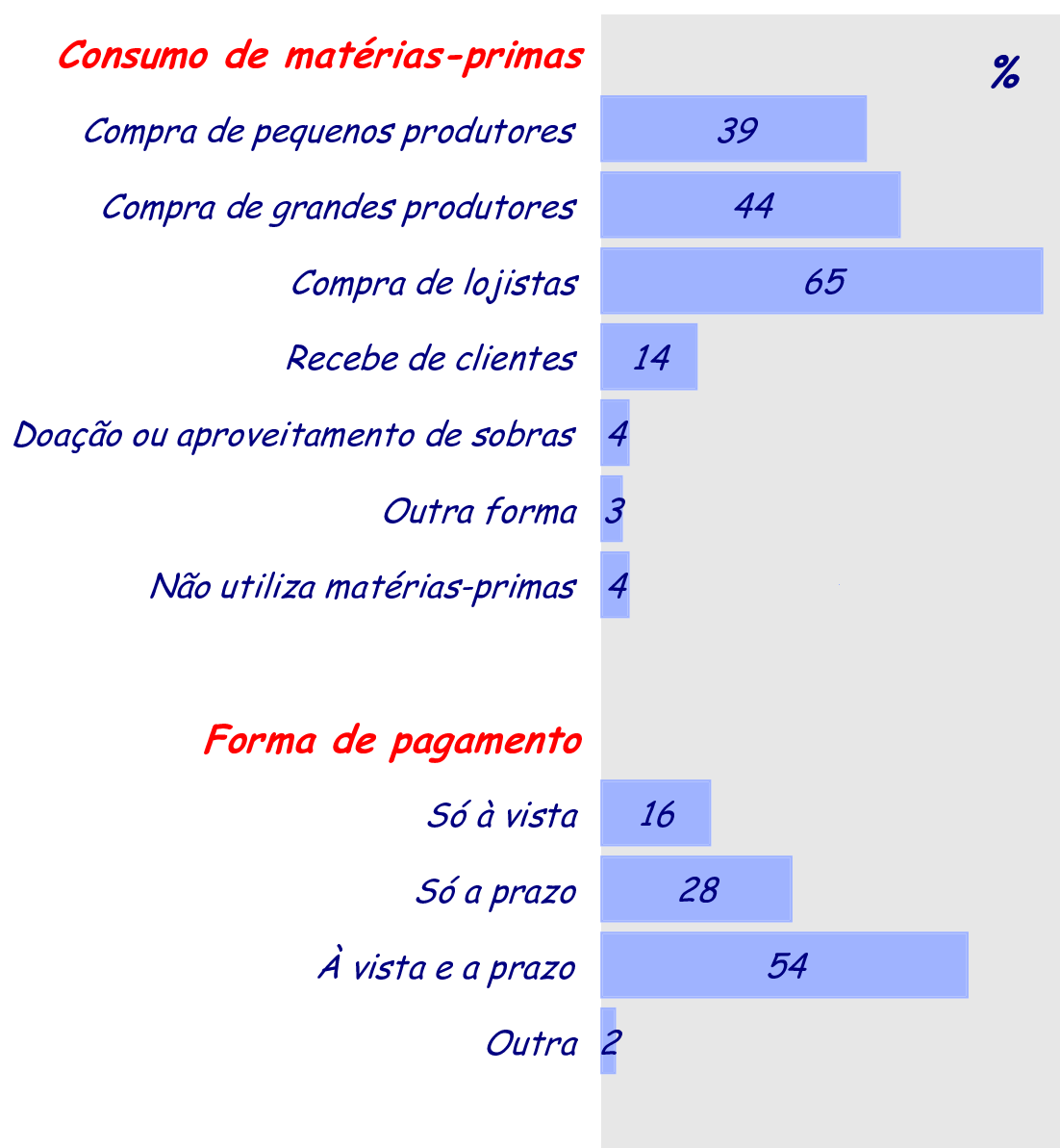
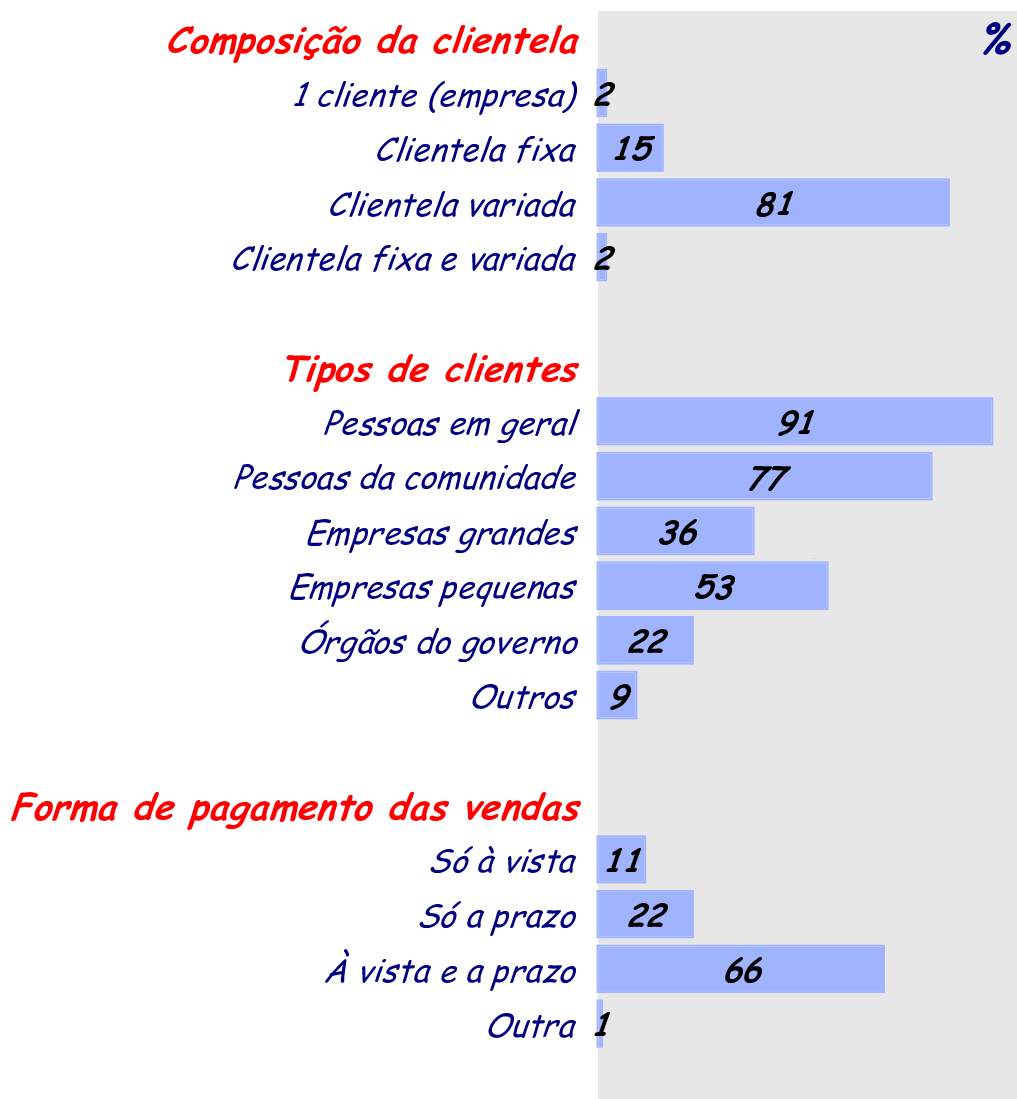


Figura IV.5 Distribuição dos empreendimentos, segundo a composição e o tipo da clientela e a forma de pagamento das vendas



3. Movimento Financeiro

Pelas próprias características dos empreendimentos e pelos valores das retiradas do pessoal ocupado e dos responsáveis, não seriam de esperar padrões elevados de receita e despesa. A **Figura IV.6** mostra que mais da metade dos empreendimentos pesquisados (62%) tiveram receita no mês de outubro de 2000 de até R\$ 3500. A média destas receitas foi de R\$ 4036. Já as despesas no mesmo mês de referência, situaram-se abaixo das receitas: 59% dos empreendimentos tiveram despesas de até R\$ 1500, com uma média de R\$ 2500. A diferença observada entre os valores de receita e despesa leva a crer na existência de lucro. Esta diferença (prevalência da receita sobre a despesa) ocorre em todos os segmentos e ramos investigados. Entretanto, o setor formal movimenta um maior montante de recursos do que o informal, da mesma forma que o comércio, seguido pela indústria e pelos serviços. A **Figura IV.7** permite uma visualização mais detalhada desta relação, apresentando todos os casos da amostra, através do logaritmo das receitas e despesas, cruzadas com o segmento e o ramo.

As despesas com salários (**Figura IV.8**) dos empreendimentos no mês de realização da pesquisa foi, em média, de R\$ 1105 mensais. Metade dos estabelecimentos pagam até R\$ 500 (52%), entretanto a média dos rendimentos eleva-se para R\$ 1480 entre os 20% que recebem os mais altos salários. Esta situação evidencia a existência de uma desigual distribuição dos rendimentos entre os assalariados (excluindo o responsável pelo empreendimento).

São muito poucos os empreendimentos que têm gastos com benefícios indiretos aos seus trabalhadores, sendo o mais concedido (por 10% dos empreendimentos) o auxílio refeição; segue-se o auxílio transporte, concedido por 6% dos empreendimentos.

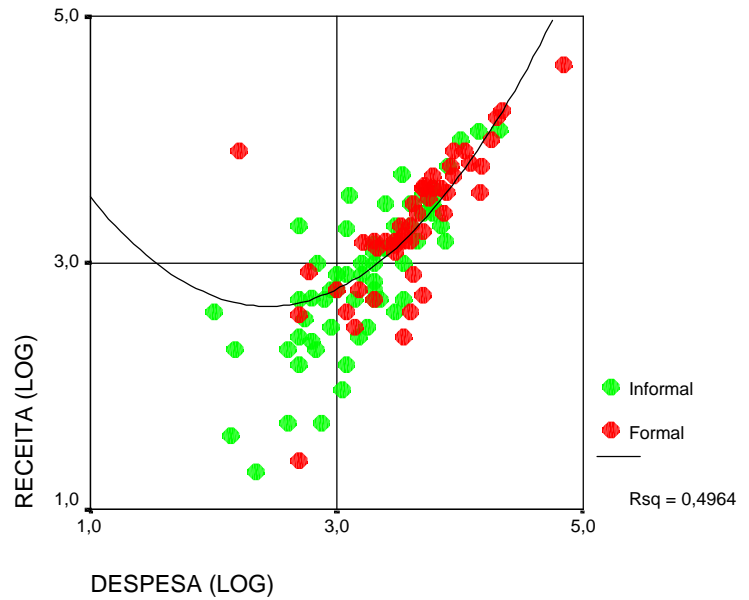
Quanto à forma de controle de suas contas, observa-se a existência de contador para quase metade dos empreendimentos (47%), enquanto uma outra parcela significativa faz o controle pessoal das informações contábeis.

Figura IV.6 Distribuição dos empreendimentos, segundo receita e despesa em outubro de 2000



Figura IV.7 Relação entre receita e despesa dos empreendimentos no mês de outubro de 2000, por segmento e ramo

SEGMENTO



RAMO

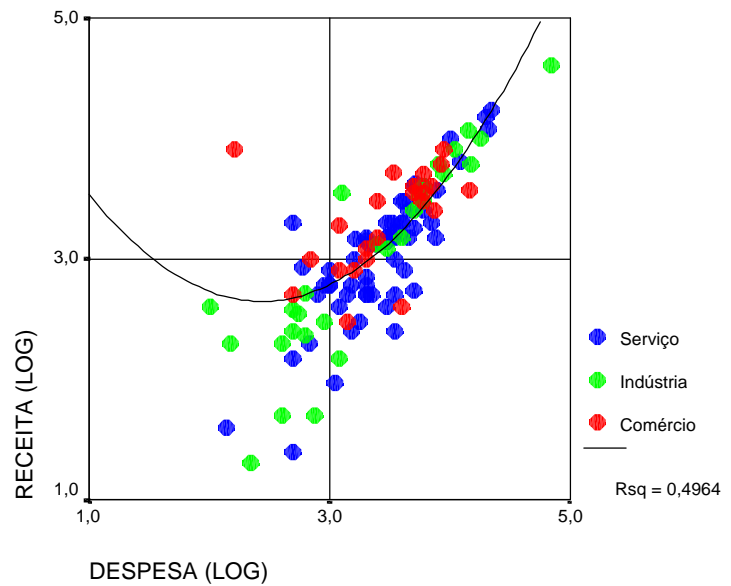
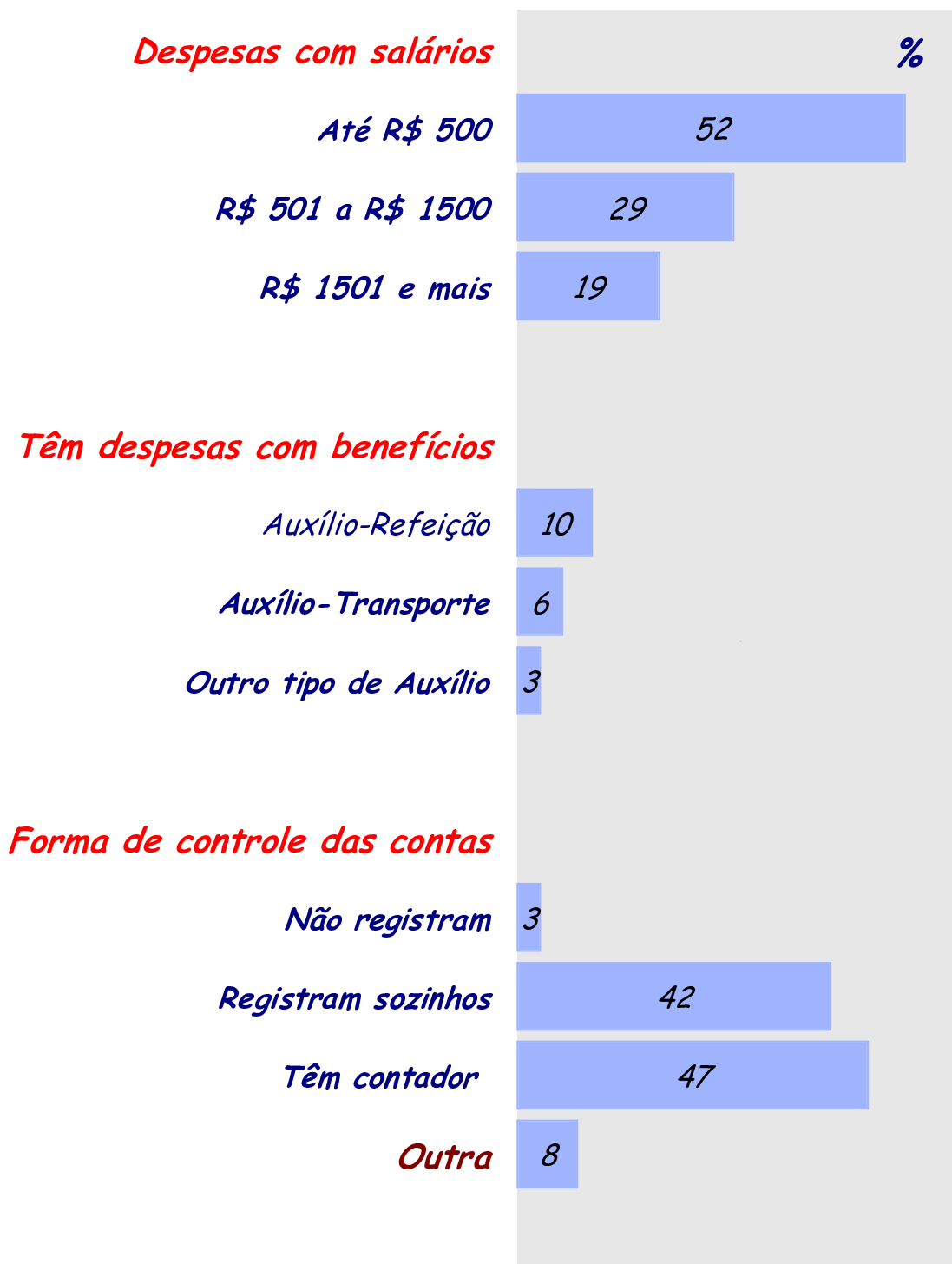


Figura IV.8 Distribuição dos empreendimentos, segundo características do seu movimento financeiro, em outubro de 2000



4. Perspectivas e dificuldades

Dois aspectos podem ser destacados a partir da avaliação prática sobre o atual empreendimento e a expectativa dos clientes do Banco do Povo em relação ao futuro (**Figura IV.9**). Ao mesmo tempo em que aumentar, fazer crescer o seu empreendimento é o objetivo de 75% dos entrevistados, uma parcela ainda maior dos clientes enfrentou situações de dificuldades na condução do empreendimento no último ano. Este sentimento empreendedor combinado às dificuldades encontradas faz com que 54% dos entrevistados considerem sua atividade bem sucedida, enquanto 22% a consideram muito bem sucedida.

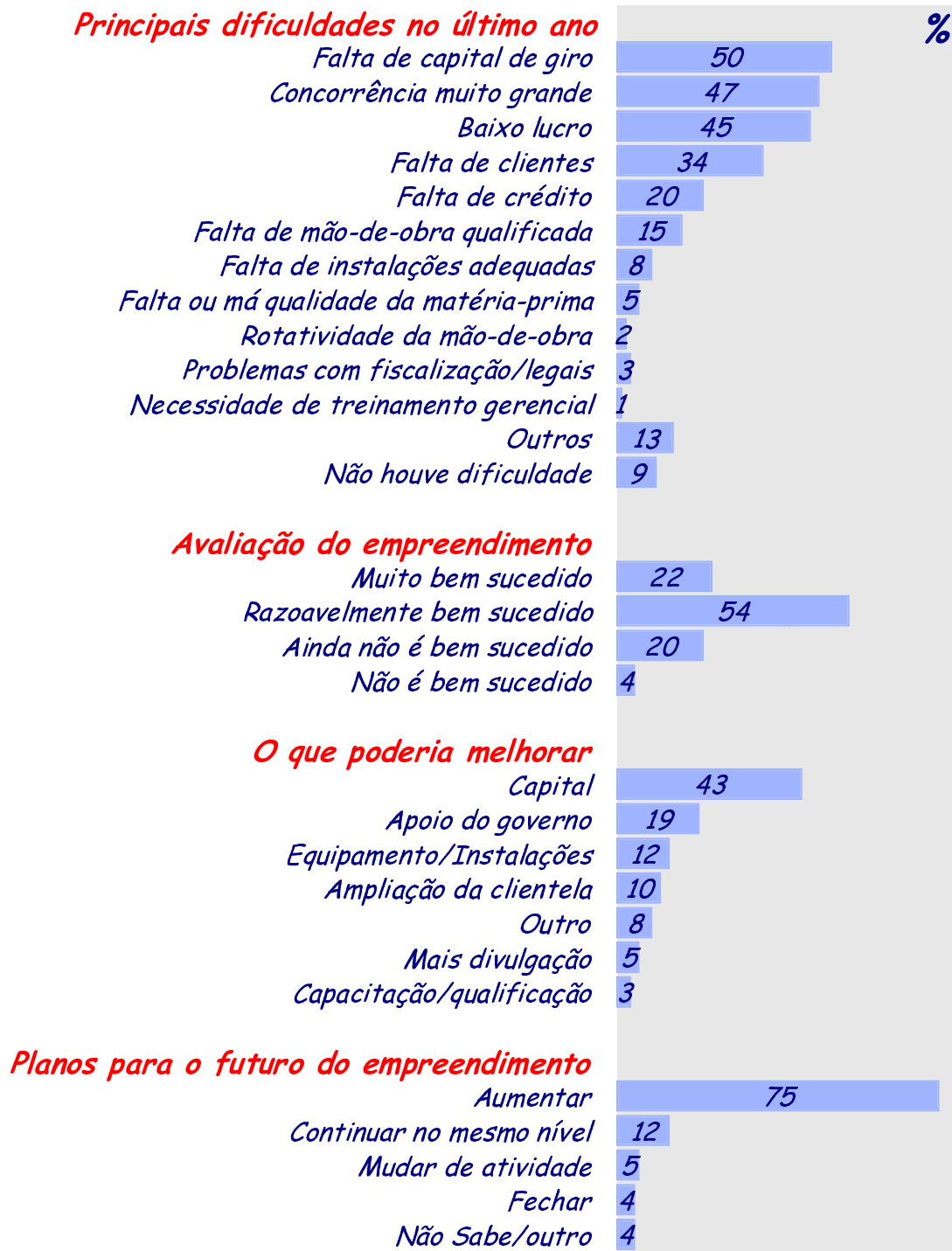
São apontadas razões de ordem financeira, como a falta de capital de giro (dificuldade para 50% dos clientes) ou falta de crédito (20%). Mas também a grande concorrência (47%) e a disputa acirrada pelos clientes escassos (34%) mostram a dificuldade de entrada e permanência em um mercado altamente competitivo. Fator também relevante é a baixa capacidade de extrair lucros (45%). A **Tabela IV.5** detalha as razões para a avaliação feita pelos clientes para o seu empreendimento.

A melhoria dos empreendimentos poderia ser alcançada pelo acesso mais facilitado ao capital (43% dos entrevistados apontam esta condição), pelo apoio do governo (19%), pela aquisição de equipamentos e instalações (12%), pela ampliação da clientela.

As dificuldades relatadas remetem os empreendimentos a uma situação de precariedade característica das atividades econômicas. A sobrevivência familiar, a acirrada disputa por clientes no mercado informal, estratégias de formalização ou de ampliação da pequena estrutura do empreendimento retratam suas fragilidades.

Assim, é possível concluir que, aqui, como no caso das microempresas analisadas a partir dos dados de 1985, “(...) a dinâmica dessas unidades não seria movida por um processo de acumulação propriamente dito, mas responderia, sobretudo, aos padrões de reprodução social dos agentes nela envolvidos.” (IBGE, 1985 – p XXI). Por outro lado, “os estudos desenvolvidos sobre as pequenas unidades de produção (...) estão de

Figura IV.9 Distribuição dos empreendimentos, segundo características de seu funcionamento no último ano e expectativas para o futuro



acordo quanto: à relevância do papel dessas unidades na absorção de significativa parcela de mão-de-obra; à relação de complementaridade ou subordinação que mantêm com a grande empresa e aos principais problemas por elas enfrentados, como a falta de acesso às fontes de capital de giro e/ou às inovações tecnológicas, dificuldades de recrutamento e manutenção de mão-de-obra, ausência ou inadequação de registros contábeis” (IBGE, 1985 – p XIII).

A atual pesquisa não fugiu a regra, embora estejam também presentes, nos resultados desta pesquisa uma avaliação e expectativa positivas dos clientes do Banco do Povo em relação às suas atividades.

Tabela IV.5 Avaliação do empreendimento para o último ano de funcionamento, pelos seus responsáveis

MUITO BEM SUCEDIDO	
porque tenho boa freguesia	8,9
pq. artesanato é comércio novo, menos concorrente	8,9
tem boa clientela	8,9
concorre com firmas mais antigas no mercado	8,2
está crescendo	8,2
o movimento é grande	8,2
alguma coisa foi feita ; máquina já ajudou	3,7
aumento do movimento	3,7
formamos uma clientela muito boa	3,7
por ter muitos clientes	3,7
porque ganho bem	3,7
ritmo bom de trabalho	3,7
sempre presente, bom atendimento	3,7
vem crescendo desde que abriu o empreendimento	3,7
começou em local pequeno, hoje maior e c/ 2 empreg	1,5
conseguiu estabilidade financeira	1,5
está tendo o retorno esperado	1,5
porque houve um crescimento rápido	1,5
consegue ganhar dinheiro com a firma	1,4
trabalha com material de 1ª linha	1,4
é bastante requisitada e eficiente	1,4
boa qualidade de ensino	0,9
formou clientela muito boa	0,9
já tem perspectiva de ampliação	0,9
muitos clientes; aumento esperado	0,9
não falta serviço, tem boa clientela	0,9

Tabela IV.5 (continuação)

RAZOAVELMENTE BEM SUCEDIDO

comprador exige preço baixo; muitos concorrentes	3,5	está em fase de crescimento	0,6
desemprego e a consequente falta de pag. dos clien	3,5	está indo p/ frente, mas está devagar	0,6
faltam coisas no empreendimento p/ ficar satisfeit	3,5	falta de clientes porém dá para continuar	0,6
gosta muito do empreendimento	3,5	falta de conhecimento do ramo	0,6
não tem meios de melhorar muito	3,5	falta de pessoas para trabalhar	0,6
não teve expansão necessária	3,5	falta equipamento	0,6
pela falta de dinheiro	3,5	falta espaço	0,6
porque me ajuda com as despesas de casa	3,5	não dá prejuízo, dá para se manter	0,6
precisa melhor local p/situar empreendimento	3,5	não ser muito conhecido; trabalhar sozinho	0,6
tem boas vendas	3,5	tenho 15 anos de escultor, tenho minha freguesia	0,6
Ñ é suficiente p/sustentar família, marido desempreg	3,5	aumentou a clientela	0,5
concorrência na região	3,2	começou do zero e hoje tem crédito vários lugares	0,5
dentro das possibilidades estou atingindo objetivo	3,2	por falta de serviço, clientes, ultimamente	0,5
devido à concorrência desleal	3,2	precisa se modernizar	0,5
não há prejuízo; tem o suficiente p/ continuar	3,2	tem há pouco tempo; precisa de mais tempo adaptar	0,5
ainda faltam clientes	1,5	ainda apresenta dificuldades	0,4
bons profissionais, porém há concorrência	1,5	ainda tem vontade de aumentar empreendimento	0,4
dificuldades em receber	1,5	depende muito oscilação da economia	0,4
está andando bem	1,5	está faltando um pouco mais; capital de giro	0,4
está bem, não tem dificuldades, está satisfeita	1,5	está iniciando	0,4
falta equipamento p/ expandir negócio	1,5	falta de volume de trabalho, serviços de maior val	0,4
falta espaço	1,5	já faz 3 anos no mercado e tá crescendo	0,4
falta movimento	1,5	não falta serviço	0,4
falta muita coisa, cidade é pequena, ã tem cliente	1,5	não sabe	0,4
falta muita coisa; cliente e espaço	1,5	o negócio é bom pois ã precisa repor mercadoria	0,4
faz o que gosta	1,5	pela atualização do país	0,4
fazemos muitas cópias temos muitos clientes	1,5	por causa da concorrência	0,4
há necessidade de maior crescimento e capital giro	1,5	porque ainda não atingi meu objetivo	0,4
lucro é muito baixo, concorrência grande	1,5	porque já estou estabelecido no mercado	0,4
não teve muitas dificuldades	1,5	pq. está em fase de crescimento	0,4
porque está crescendo, desenvolvendo aos poucos	1,5	precisamos ter mais recursos p/ crescer +	0,4
porque o movimento é pequeno	1,5	se tivesse mais capital de giro melhoraria mais	0,4
ramo que só atinge classe social alta	1,5	situação que estamos é difícil trabalhar	0,4
tem muito serviço	1,5	tem q. crescer + p/atingir todos os clientes	0,4
tenho mais clientes a cada dia que passa	1,5		
ultimamente diminui o serviço	1,5		
está crescendo	0,7		
está aumentando muito rápido, sonho é maior	0,6		

Tabela IV.5 (continuação)

AINDA NÃO É BEM SUCEDIDO

porque não tenho tempo suficiente	9,5
por falta de capital p/ investir melhoria negocio	9,5
precisa de estrutura aumentar capital e estoque	8,7
por causa concorrência e inadimplência	8,7
falta de clientela; ponto ruim	8,7
falta de capital de giro maior	8,7
problemas climáticos	4,0
porque faz pouco nessas condições	4,0
período de retorno capital investido muito longo	4,0
novo; não conseguiu aceitação total	4,0
formavam equipes mas desistiam	4,0
falta dinheiro para investir no negócio	4,0
falta de capital para investir	4,0
concorrência e estrutura	4,0
um setor q tem muita concorrência, produtos perecív	1,6
queria vender produtos próprios	1,6
no começo é sempre difícil	1,6
muita concorrência e falta de capital	1,6
está no começo; época que falta material e serviç	1,6
sente falta de apoio gorvenamental	1,4
responsabilidade demais p/ lucro muito baixo	1,0
precisa de capital muito alto,	1,0
oscilação de serviços	1,0
falta muita coisa para ser feita	1,0
devido dedicação profissional em outro ramo	1,0

NÃO É BEM SUCEDIDO

muita concorrência e falta de clientes	44,9
concorrência muito forte, tem gastos com peças	20,6
baixo lucro	8,4
trabalha muito para ganhar pouco	8,4
falta de clientela	7,5
não consegui adquirir nada com isso	5,1
por ser um pequeno produtor	5,1

V. RELACIONAMENTO E AVALIAÇÃO DO BANCO DO POVO

Mais da metade dos clientes do Banco do Povo (53%) tomou conhecimento do programa através de amigos e parentes, indicando que as relações e vínculos privados constituem-se nas mais importantes formas de divulgação do Banco. O rádio (17%) e o jornal (11%) também são importantes neste processo (**Figura V.1**).

A maior concessão dos empréstimos esteve relacionada aos investimentos fixos (68% do total), enquanto a utilização dos empréstimos para capital de giro situaram-se em 29% (**Figuras V.2 e V.3**).

Quanto aos investimentos de capital fixo, as principais utilizações foram a modernização e a expansão da capacidade existente (juntas com 69%). Os valores obtidos situaram-se majoritariamente na faixa entre R\$ 500 e R\$ 5.000, estando a média situada em R\$ 2941. Os prazos de pagamento alongam-se entre 13 e 18 meses (68%) e entre 7 e 12 meses (28%). A maioria dos clientes está pagando em dia (68%) ou já acabou de pagar (17%) o empréstimo. O nível de satisfação com o desempenho do empreendimento após o empréstimo é alto: 75% dos clientes consideram que houve aumento na sua capacidade produtiva. Um terço dos entrevistados pediu outro empréstimo.

Já entre os que obtiveram empréstimo para capital de giro, o principal motivo apresentado foi o da reposição de estoques (82%), em contraposição aos 13% que indicaram a expansão das atividades. O crédito concedido situou-se entre R\$ 501 a R\$ 3000 (85% do total). A média deste tipo de empréstimo ficou em R\$ 2087. Os prazos para pagamento observados (90% até 6 meses) são bem mais curtos que os do investimento fixo. O cumprimento dos prazos de pagamento, entretanto, são igualmente seguidos: 58% dos clientes estão pagando em dia e 36% já acabaram de pagar. O aumento na capacidade produtiva foi a principal decorrência do empréstimo, segundo a opinião de 63% dos que se beneficiaram destes recursos, sendo também expressivo o percentual dos que detectaram um aumento de competitividade (12%). Mais da metade dos que tomaram este tipo de empréstimo repetiu a iniciativa (55%).

Figura V.1 Distribuição dos clientes do Banco do Povo, segundo a forma pela qual tomou conhecimento do programa de microcrédito

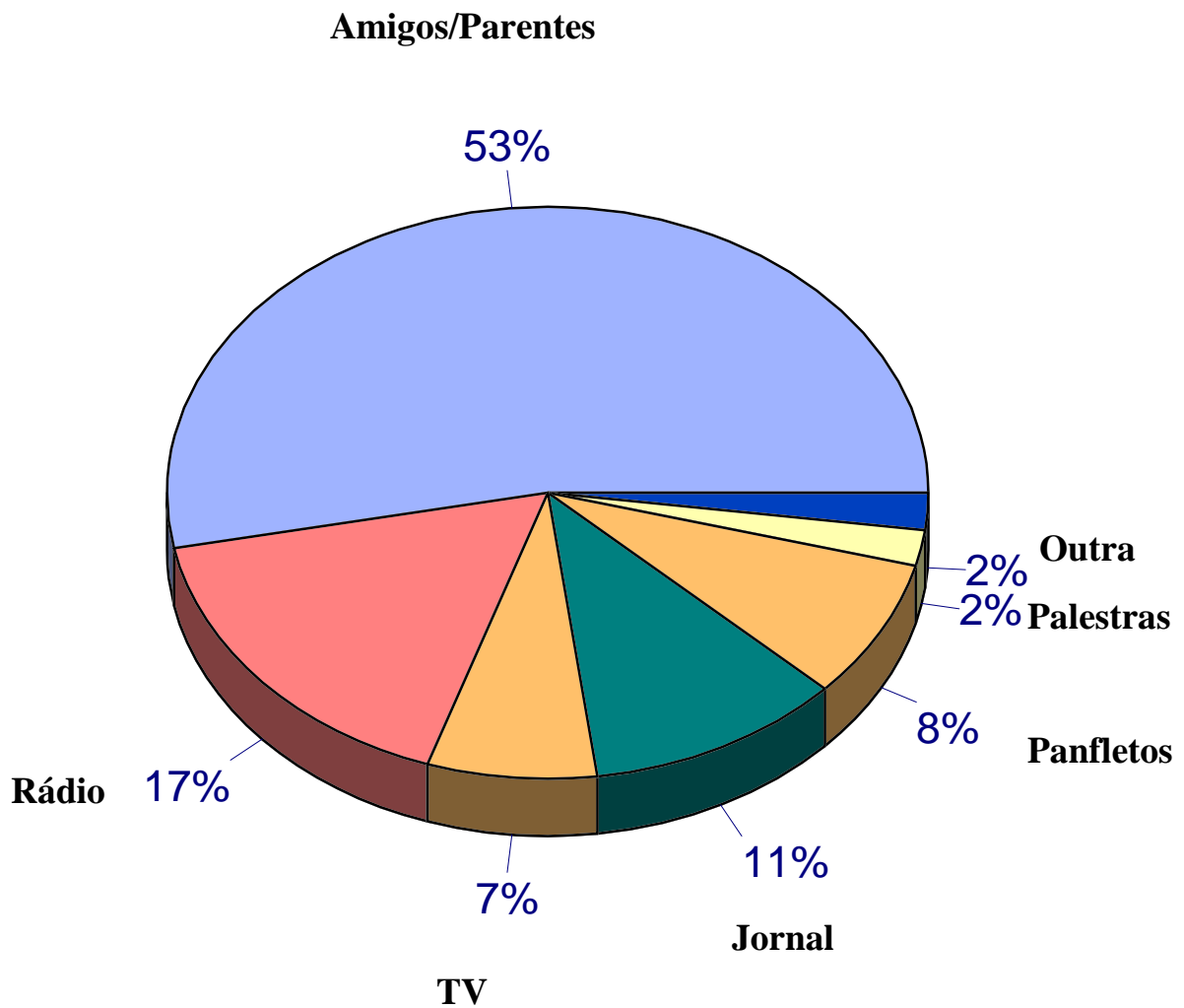


Figura V.2 Distribuição dos clientes do Banco do Povo, que obtiveram empréstimo para capital de giro, segundo características do empréstimo

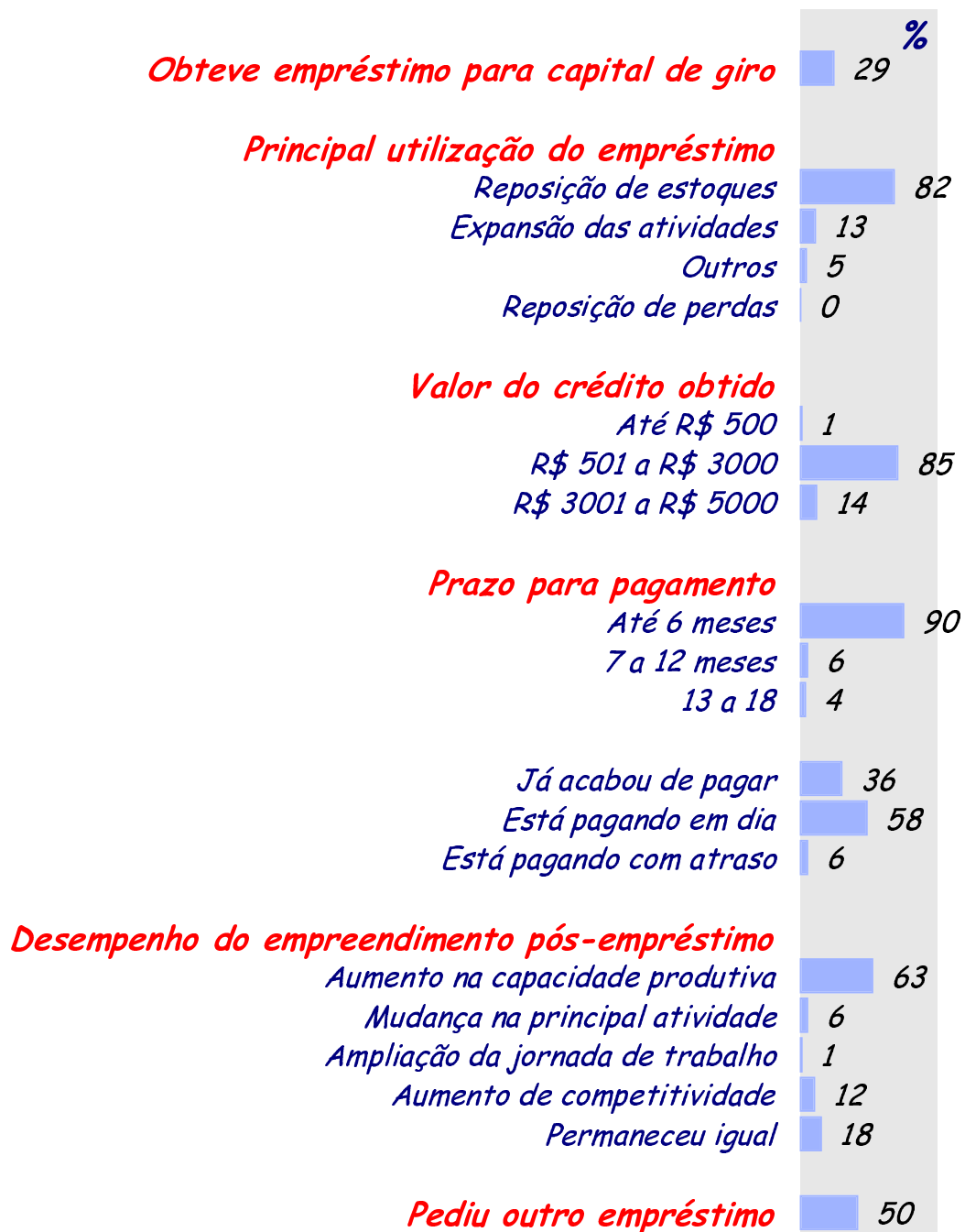
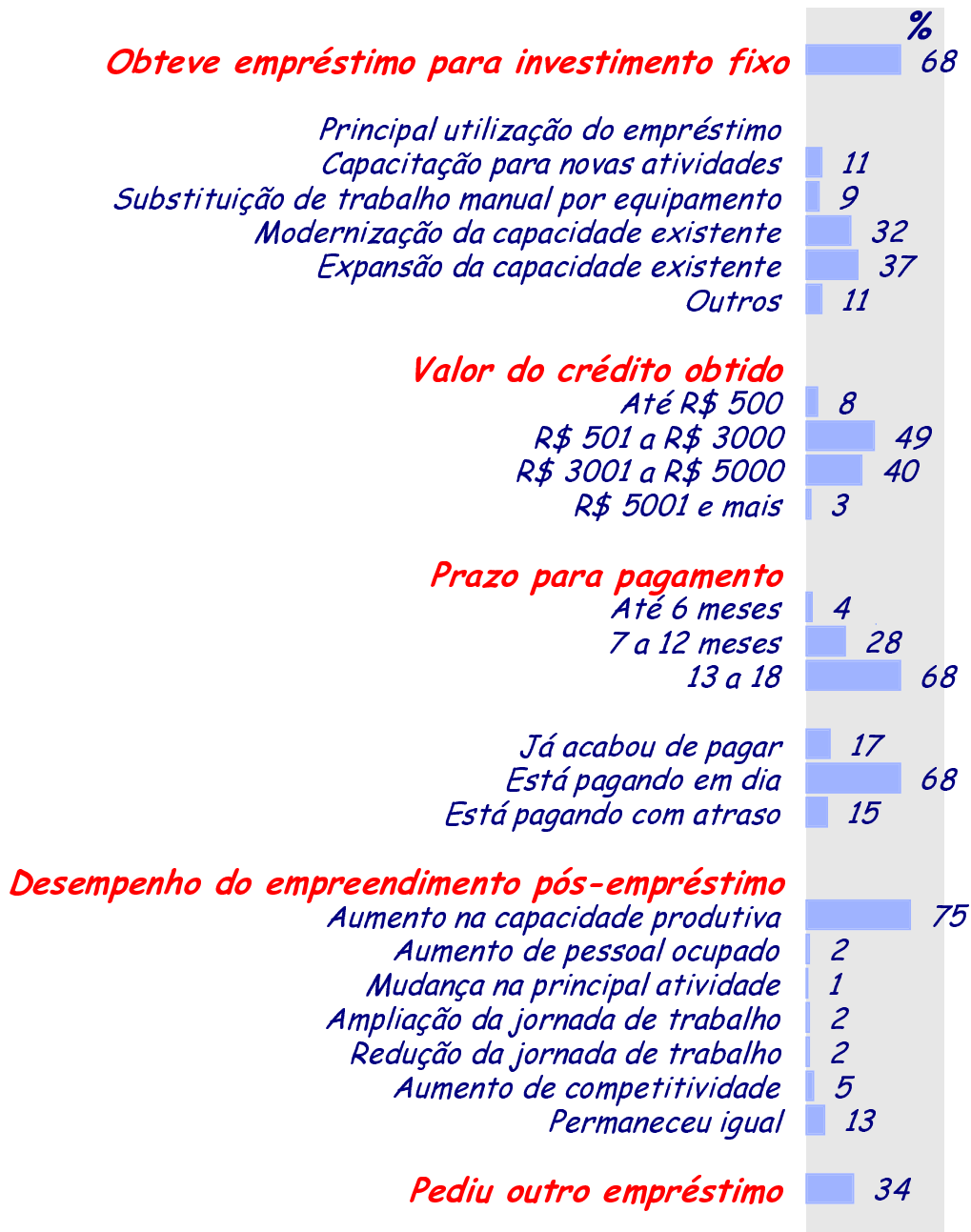


Figura V.3 Distribuição dos clientes do Banco do Povo, que obtiveram empréstimo para investimento fixo, segundo características do empréstimo



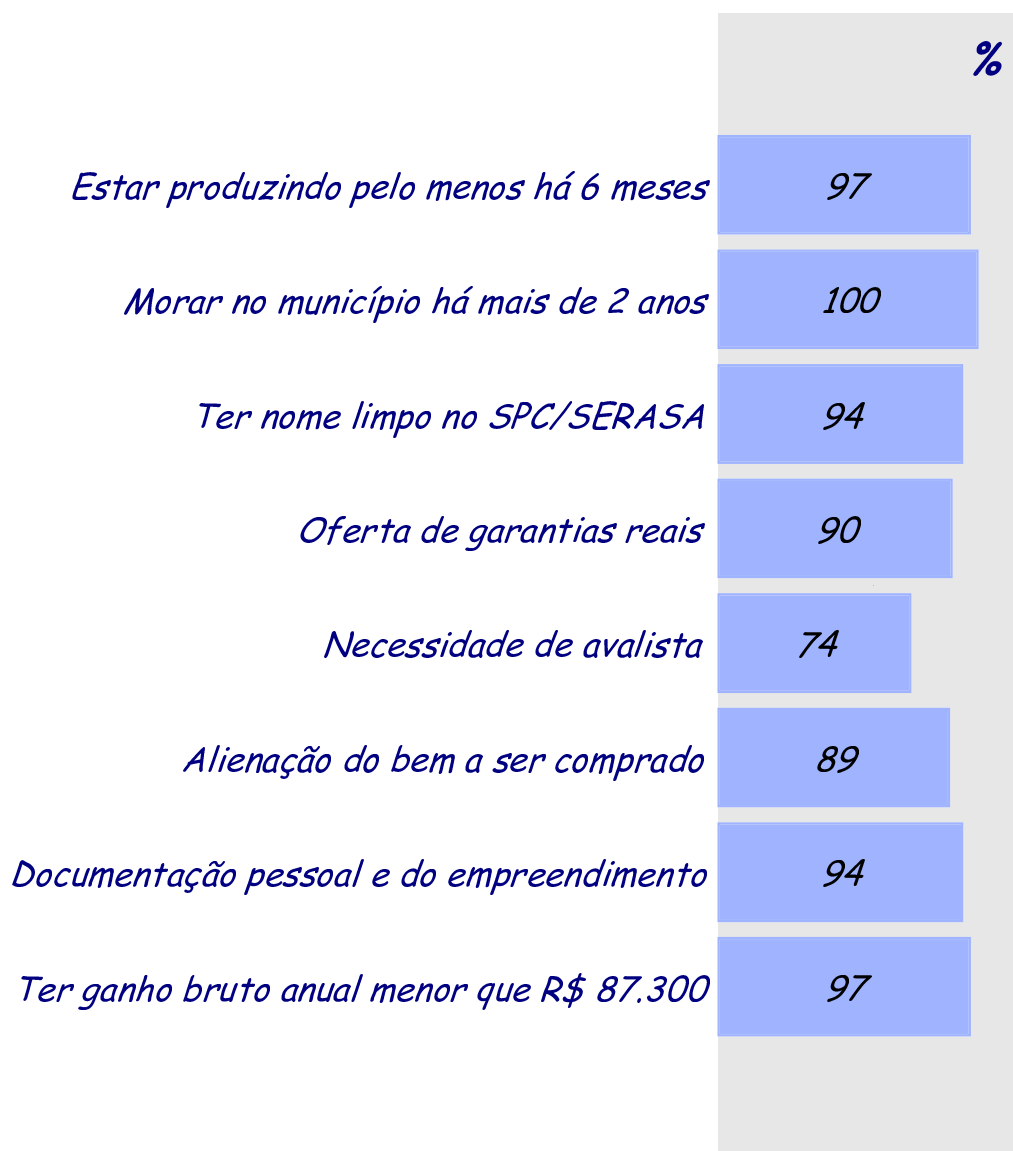
O grau de dificuldade para a obtenção de empréstimo, segundo avaliação dos clientes do Banco do Povo, não é muito alto. De oito itens avaliados, pelo menos 3 entre 4 clientes acharam o processo facilitado. Apenas dois itens foram avaliados por mais de 10% do entrevistados como apresentando maiores dificuldades: a necessidade de avalista (74%) e a alienação do bem a ser comprado (11%) (**ver Figura V.4**).

As condições dos empréstimos agradam mais aqueles que o tomam para investimento fixo (91% consideram boas as condições dos prazos e 84% as dos valores) do que os tomadores de empréstimo para capital de giro (56% para os prazos e 73% para os valores) (**Figura V.5**). Os menores níveis de insatisfação ocorrem no segmento formal e no setor industrial em relação aos prazos (43% e 45%, respectivamente) para empréstimos voltados para capital de giro, também ocorrendo uma menor satisfação quanto ao montante do empréstimo pela indústria.

Sobre as etapas do processo de concessão do empréstimo pode-se considerar como positivamente avaliadas, pois, para a maioria quase absoluta dos clientes, situam-se entre os conceitos ótimo e bom (**Figura V.6**). O trabalho do agente de crédito é avaliado com ótimo por 81% dos clientes, sendo o maior percentual na indústria (91%) e o menor no segmento informal (77%). O prazo para recebimento do crédito é considerado ótimo por 68% dos clientes, sendo melhor avaliado pela indústria (81% de ótimo), enquanto o segmento informal e o comércio apresentam os menores níveis de satisfação máxima (64%). Quanto à atuação da Nossa Caixa Nosso Banco, o percentual de clientes plenamente satisfeitos é o menor observado para as três etapas (62%), sendo maior na indústria (72%) e mais reduzido no comércio (57%).

Perguntados sobre se apoiariam um aumento da taxa de juros em troca da redução das exigências iniciais para a concessão do crédito, 92% responderam negativamente, o que é compatível com a avaliação feita sobre o grau de dificuldade encontrado para cumprir as referidas exigências.

Figura V.4 Distribuição dos clientes do Banco do Povo, segundo sua avaliação do grau de facilidade para atender as exigências para tomar o empréstimo



V.5 Distribuição dos clientes do Banco do Povo, por sua avaliação das condições dos empréstimos, segundo o segmento e o ramo do empreendimento

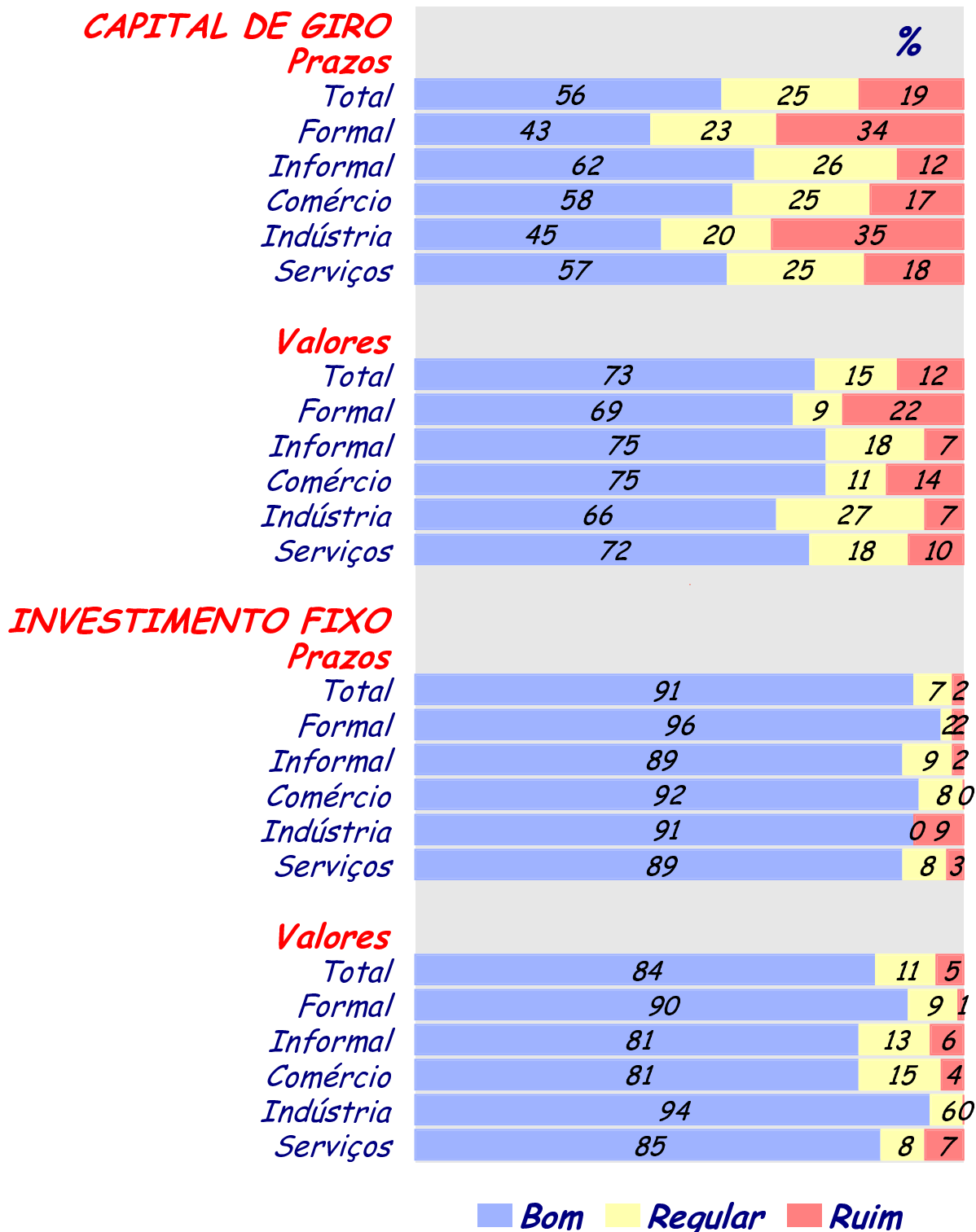
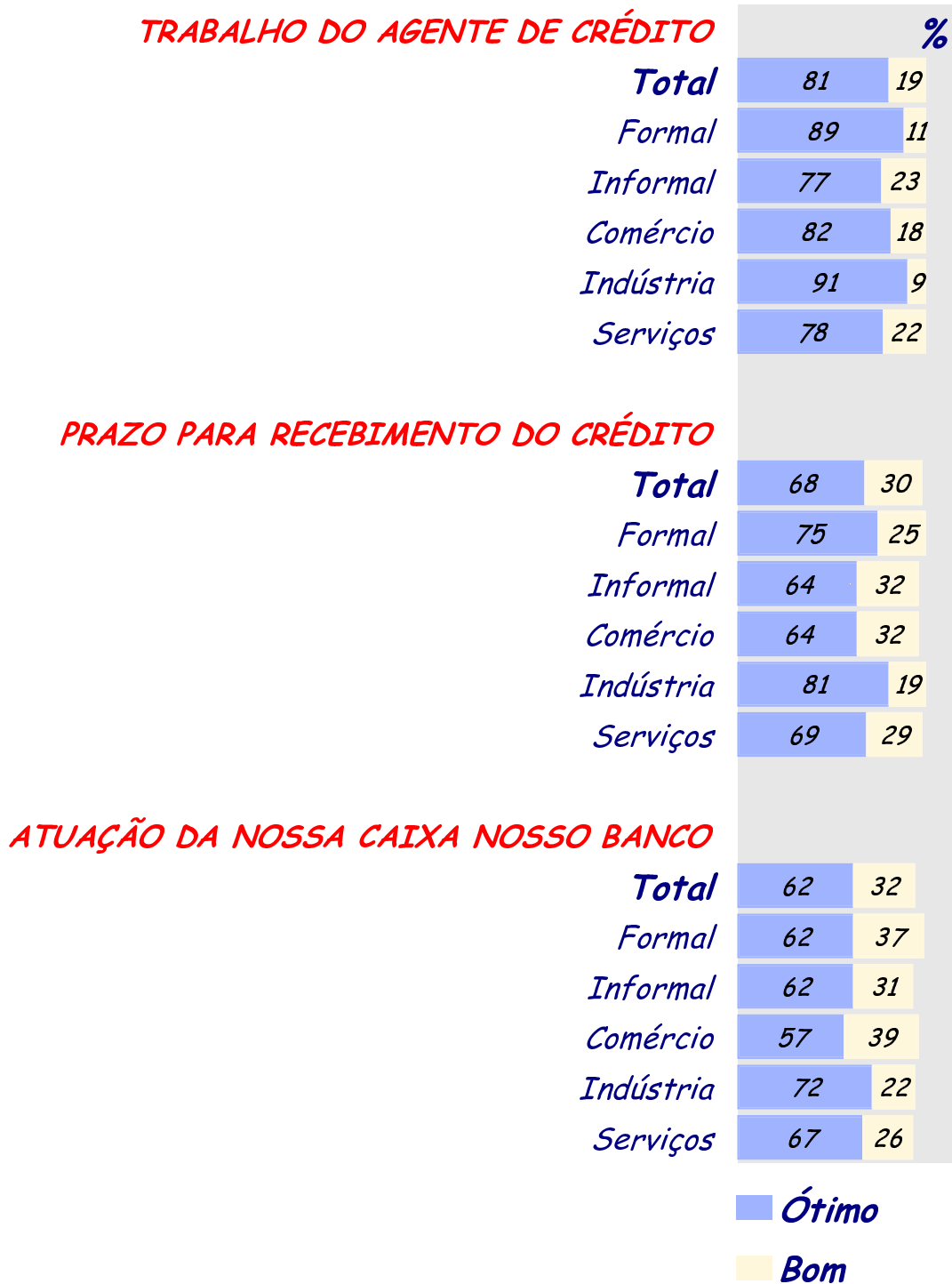


Figura V.6 Distribuição dos clientes do Banco do Povo, segundo avaliação positiva das etapas do processo de concessão do empréstimo



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

IBGE. **Anuário Estatístico do Brasil**. Rio de Janeiro:1996.

IBGE. **Censos Econômicos de 1985. Volume Microempresas**. Rio de Janeiro:1985.

SERT. **Folder Banco do Povo – Guia Prático**. São Paulo, agosto de 2000

SERT. **Integração**. Informativo semanal da SERT. São Paulo: 15 a 21 de setembro de 2000, n.º 21.

SERT. **Relatório de desempenho do Banco do Povo**. São Paulo: 30 de setembro de 2000.